



Annemasse **Agglo**
Annemasse - Les Voirons Agglomération



**RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
INTERCOMMUNAL
BILAN DE LA CONCERTATION**

DOCUMENT ARRÊTÉ LE 14 OCTOBRE 2020

Sommaire

Introduction	3
Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les personnes publiques associées (PPA) du mercredi 4 décembre 2019.....	4
Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les afficheurs et les enseignistes du mercredi 4 décembre 2019	6
Compte-rendu et remarques issues de la réunion publique du mercredi 4 décembre 2019	8
Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec associations du jeudi 5 décembre 2019.....	10
Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les commerçants et artisans du jeudi 5 décembre 2019	12
Courriers et mails reçus durant le projet	14
Remarques issues du registre en mairie	45
Remarques impliquant des modifications du projet de RLPi à l'issue de la concertation.....	69
ANNEXES	79

Introduction

La concertation a permis d'informer les professionnels, les associations mais aussi les habitants et de recueillir leurs remarques sur le projet de RLPi du territoire.

Annemasse Agglo a ainsi prévu dans sa délibération de prescription du 13 février 2019, les modalités de concertation suivantes :

1. Mise à disposition du public, au minimum, au siège d'Annemasse Agglo, aux heures habituelles d'ouverture, durant toute la durée d'élaboration du RLPI, d'un dossier d'information montrant l'avancement du projet et d'un registre de concertation donnant possibilité au public d'inscrire ses observations et propositions.
2. Possibilité de formuler des observations, remarques ou suggestions par courrier adressé au Président de la communauté d'agglomération au 11, avenue Émile Zola 74105 Annemasse Cedex ou par courrier électronique à l'adresse suivante : rlpi@annemasse-agglo.fr
3. Création d'une page dédiée sur le site Internet d'Annemasse Agglo (www.annemasse-agglo.fr) permettant, pendant toute la durée de l'élaboration, d'avoir une information régulière sur la progression du projet, le déroulement de la procédure et le contenu du dossier.
4. Diffusion d'informations sur le projet de RLPI par la publication d'articles dans la presse locale ainsi que dans les bulletins municipaux (s'ils existent) et le cas échéant dans le bulletin d'information intercommunal s'il existe.
5. La tenue d'au moins une réunion avec les personnes publiques associées (PPA) ainsi qu'au moins une réunion publique et, au moins une réunion avec les personnes concernées (les commerçants éventuellement représentés dans les associations locales ou union des commerçants présents sur le territoire, les professionnels de l'enseigne et de l'affichage publicitaire, les associations de défense de l'environnement ou du cadre de vie).

Ces modalités ont été intégralement réalisées.

Treize mails et/ou courriers ont été reçus durant la concertation.

Les registres en mairie et au siège d'Annemasse Agglo ont donné lieu à une seule remarque.

De plus, 5 réunions de concertation ont eu lieu au siège d'Annemasse Agglo :

- Une réunion avec les personnes publiques associées le mercredi 4 décembre 2019 de 9h30 à 11h30 ;
- Une réunion avec les afficheurs et les enseignants le mercredi 4 décembre 2019 de 14h00 à 15h00 ;
- Une réunion publique le mercredi 4 décembre 2019 à partir de 19h00 ;
- Une réunion avec les associations le jeudi 5 décembre 2019 de 10h30 à 12h30 ;
- Une réunion avec les commerçants et artisans le jeudi 5 décembre 2019 de 15h30 à 17h30.

Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les personnes publiques associées (PPA) du mercredi 4 décembre 2019

Une réunion de concertation avec les PPA a eu lieu sur le projet de RLPi d'Annemasse Agglo le 4 décembre 2019 entre 9h30 et 11h30. Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques des PPA sur le projet.

En dehors des services et des élus d'Annemasse Agglo, une représentante de Thonon Agglomération, une représentante de la Direction Départementale des Territoires (DDT) de Haute-Savoie et un représentant du Département de Haute-Savoie, étaient présents à cette réunion de concertation.

Monsieur Denis Maire, vice-président d'Annemasse-Agglo en charge de l'aménagement du territoire, introduit la séance et rappelle les motivations initiales du projet de RLPi et l'objectif d'arrêter le projet de RLPi en février 2020. Le bureau d'études présente le projet de RLPi envisagé par les élus d'Annemasse Agglo.

La représentante de Thonon Agglomération indique que le projet de RLPi de son agglomération est actuellement en phase de diagnostic et que la suite du projet interviendra après les élections municipales.

La représentante de la DDT demande s'il y a des activités économiques et de la publicité sur mobilier urbain dans le zonage concernant Haute-Bonne. Il est rappelé qu'un projet de Site Patrimonial Remarquable (SPR) concerne ce secteur. Il ne compte pas d'activités économiques dans la partie haute et peu dans la partie basse (commerce de proximité). De plus, le zonage envisagé concerne surtout la question des publicités et préenseignes et non les enseignes.

La représentante de la DDT demande quelle est l'origine de la zone de publicité n°2 (ZP2). Il est expliqué qu'il s'agit en grande partie d'une zone issue du RLP d'Annemasse de 2004 qui représente une zone intermédiaire mêlant activités économiques de proximité et zones résidentielles. La DDT demande quel serait l'impact du projet de règlement sur les supports actuellement place. Il est répondu que l'impact sera variable entre les communes. Il existe actuellement de nombreuses infractions avec la réglementation nationale notamment sur la question du format. Cela n'implique pas nécessairement une suppression totale mais parfois une modification du mobilier (taille plus petit, implantation différente, etc.).

La représentante de la DDT demande à ce que la publicité numérique puisse être réduite en format, éventuellement à 4 mètres carrés et/ou que l'image soit fixe pour en limiter l'impact paysager. M. Maire indique que les élus réfléchissent actuellement à la question du numérique autorisé en ZP4 pour une réduction afin d'en limiter les impacts paysagers.

La représentante de Thonon agglomération demande comment sont gérées les bâches événementielles pour des manifestations qui peuvent parfois être installées dans des carrefours ou intersections et poser des questions de sécurité routière.

En principe, ces supports sont interdits. Il convient de privilégier les supports relevant de l'affichage associatif ou d'opinion ainsi que le mobilier urbain d'affichage pour se signaler.

Certaines communes mettent en place leur propre support pour accueillir des bâches d'associations dans des lieux déterminés afin de limiter les excès.

La représentante de la DDT demande si le format peut être réduit en ZP3 (10,5 m² dans le projet). Le format envisagé est réduit par rapport à l'état actuel (12 m²). De plus, la volonté est de ne pas multiplier le nombre de format maximal sur le territoire.

La représentante de la DDT indique que l'Architecte des Bâtiments de France recommande une saillie de 80 cm pour les enseignes perpendiculaires. Le projet prévoit 1 mètre. Cela a été retenu car c'est en adéquation avec les observations de terrain. Par ailleurs, l'agglomération d'Annemasse n'a pas vraiment de bâtiments classés monuments historiques ou de quartiers en périmètre ABF.

Plusieurs membres de la réunion demandent si des moyens seront affectés à l'instruction et à la police de la publicité. M. Maire explique qu'une réflexion est en cours sur ce sujet entre les élus d'Annemasse Agglo pour la mise en œuvre du RLPi après son approbation.

La représentante de la DDT demande que soit précisée la définition des éléments décoratifs mentionnés au sujet des enseignes parallèles et perpendiculaires. Le lexique sera complété en ce sens.

La représentante de Thonon agglomération demande si la concertation peut être menée en période pré-électorale. M. Maire indique que juridiquement il s'agit de la poursuite normale de la procédure sans aucun affichage politique. Ainsi, cela est tout à fait possible.

Il est indiqué qu'en cas de modification des règles en matière de publicité numérique, celles sur les enseignes numériques seront adaptées pour assurer une cohérence entre type de support aux effets paysagers semblables.

La représentante de la DDT rappelle que les services de l'État sont intervenus sur plusieurs axes de l'agglo pour faire retirer des dispositifs illégaux au cours des dernières années. Elle annonce que les RD903 et RD15 sont concernés par de prochaines campagnes.

Le représentant du département indique qu'un guide départemental de la Signalisation d'Information Locale (SIL) a été réalisé en 2013. Il en donne une copie aux services pour information. Il est rappelé que la Sil peut constituer une alternative intéressante à la suppression de préenseignes dans la mesure où son installation est possible en et hors agglomération (continuité du jalonnement).

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 11h30.

Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les afficheurs et les enseignants du mercredi 4 décembre 2019

Une réunion de concertation avec les afficheurs et les enseignants a eu lieu sur le projet de RLPi d'Annemasse Agglo le 4 décembre 2019 entre 14h00 et 15h00. Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques des afficheurs et enseignants sur le projet.

En dehors des services et des élus d'Annemasse Agglo, 6 afficheurs étaient présents dont le syndicat des afficheurs UPE.

Monsieur Denis Maire, vice-président à Annemasse Agglo, en charge de l'Aménagement du Territoire introduit la séance et rappelle les motivations (traitement des entrées de villes, harmonisation de la réglementation sur le territoire etc.) et la volonté des élus du territoire qui sont à l'origine de projet de RLPi et l'objectif qui est d'arrêter le projet de RLPi en février 2020. Le bureau d'études présente le projet de RLPi envisagé par les élus d'Annemasse Agglo.

Certains afficheurs mettent en avant la suppression de certains panneaux publicitaires avec le projet de RLPi. Il est expliqué que l'objectif du RLPi est d'améliorer le cadre de vie et donc de lutter contre la prolifération publicitaire. Cela implique nécessairement des suppressions de panneaux publicitaires dans certains secteurs.

Les afficheurs souhaitent faire des observations sur le zonage notamment en étendant la zone de publicité n° 3. Ils indiquent qu'ils feront des propositions précises concernant certains axes par courrier ou mail à ce sujet avant fin décembre 2019 notamment sur Ambilly (où il y a des axes importants à identifier pour la publicité) et Vétraz-Monthoux mais aussi concernant le zonage et plus généralement sur l'étendue de la zone de publicité n°2 qui poserait problème. En effet le projet de zonage du RLPi pourrait conduire certains afficheurs à supprimer 2/3 ou encore 70% de leurs supports notamment sur Ville-La-Grand, Ambilly et Vétraz-Monthoux.

En ZP2, il est indiqué, par un afficheur, que le choix de réduire à 4 m² le format de la publicité paraît trop restrictif et qu'il serait plus adapté de passer à 8 m² notamment en centre-ville d'Annemasse même si cela reste compréhensible dans les autres communes moins urbaines comme Bonne ou les autres communes du même type. Il est expliqué que ce secteur comporte peu de supports de grand format et que la volonté est d'avoir dans ce secteur une publicité à taille « plus humaine ». Il existe déjà quelques supports de petits formats sur certains murs aveugles du centre-ville.

Les afficheurs sont ensuite interrogés sur la présence du numérique dans la zone de publicité n°4. M. Maire indique une réflexion pour en réduire la surface à 4 mètres carrés et agir sur le défilement de l'image. Les afficheurs indiquent qu'il ne s'agit pas de leur préoccupation principale en termes de développement notamment en raison du coût de fabrication (entre 40 et 50 000 euros) et d'entretien de ce type de support (durée de vie limitée entre 5 et 10 ans). Une limitation peut donc être envisagée. M. Maire rappelle aussi que, lors de la manifestation « la nuit est belle » concernant toutes les communes autour de Genève aussi bien côté français que côté suisse, malgré l'extinction de tout l'éclairage public, la pollution lumineuse demeurait très importante (notamment issue des publicités, enseignes et préenseignes lumineuses).

Un afficheur demande si l'alignement d'un mètre par rapport au domaine public pourrait être supprimé. En effet, cela implique des contraintes et donc des surcoûts pour décaler certains dispositifs. Il est expliqué que de nombreux dispositifs vont être déposés (la plupart font en effet déjà plus de 12 m²), aussi cela n'entraînera pas de surcoût de déplacer le support d'un mètre au moment de la nouvelle installation. Ce choix a été fait en confrontant les réglementations locales et en retenant une valeur médiane.

Enfin, il est demandé si la densité en ZP4 (un seul dispositif par unité foncière au maximum), peut être assouplie en permettant un second dispositif si l'unité foncière a une longueur d'au moins 100 mètres par exemple. M. Maire indique que ce cas de figure est très rare en zone d'activités (peu de parcelles avec de très grand linéaire) et que la densité actuelle observée sur le territoire intercommunal est très proche d'un dispositif par unité foncière.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 15h00.

Compte-rendu et remarques issues de la réunion publique du mercredi 4 décembre 2019

Une réunion publique de concertation a eu lieu sur le projet de RLPi d'Annemasse Agglo le 4 décembre 2019 entre 19h00 et 21h00 Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques du public sur le projet.

En dehors des services et des élus d'Annemasse Agglo, 6 personnes étaient présentes.

Monsieur Maire, vice-président à Annemasse Agglo, en charge de l'Aménagement du Territoire introduit la séance et rappelle les motivations (traitement des entrées de villes, harmonisation de la réglementation sur le territoire etc.) et la volonté des élus du territoire qui sont à l'origine de projet de RLPi. Il rappelle également que le débat sur les grandes orientations du projet s'est déroulé dans la plupart des conseils municipaux des différentes communes de l'agglomération et qu'après l'arrêt du projet, il y aura aussi une enquête publique sur le projet arrêté avant l'été. Le bureau d'études présente ensuite le projet de RLPi envisagé par les élus d'Annemasse Agglo.

Une habitante trouve que le panneau numérique installée à Annemasse récemment (le seul actuellement) est particulièrement violet et dangereux pour la sécurité routière. Elle indique que des membres de sa famille vivent à proximité et que cela est gênant la nuit car le panneau n'est pas éteint (obligation d'extinction entre 1h et 6h actuellement – le projet de RLPi prévoit 23h-6h). Il est indiqué que ce panneau est conforme à la réglementation locale à Annemasse car en 2004 (lors du dernier RLP) ce type de dispositif n'existait pas, il n'a donc pas été encadré. Le projet prévoit de les interdire partout sauf en zones d'activités. Le dispositif actuel ne se trouve pas en ZP4. Il sera donc interdit par le RLPi.

Une habitante demande que la plage d'extinction nocturne soit étendue entre 22h et 7h. C'est une possibilité. Les élus ont restreint la plage d'extinction nocturne à 23h - 6h au lieu de 1h - 6h. Cette plage a fait un large consensus lors des réunions de travail entre élus.

Une habitante demande qui dispose de la responsabilité de la mise en œuvre du RLPi. Il est indiqué que le pouvoir de police de la publicité est exercé par le Maire de la commune concernée et ce, même en présence d'un document intercommunal.

Une habitante trouve que l'implantation de certains mobiliers urbains publicitaires est problématique notamment un panneau installé récemment sur une piste cyclable sur le parvis de la gare. Cette information sera transmise à la mairie d'Annemasse en charge de l'implantation du mobilier urbain pour amélioration.

Une habitante demande si les enseignes des commerces seront harmonisées le long de la route de Genève (tracé du tramway) et si une indemnisation est prévue pour le coût des modifications d'enseignes. L'objectif du projet est d'harmoniser les règles en matière d'enseignes (en particulier celles en vigueur en centre-ville d'Annemasse, où les enseignes sont très encadrées) notamment en les étendant aux autres communes traversées par le tramway à savoir Ambilly et Gaillard. Il est indiqué que le délai de mise en conformité fixé par le législateur est de 6 ans pour les enseignes après l'approbation du RLPi. Dans le cadre du

projet tramway, il est précisé que des aides dépassant le million d'euros ont déjà été versées pour indemniser les commerçants subissant une baisse du chiffre d'affaires.

Il est demandé pourquoi le chiffre de 10.5 m² a été retenu dans le projet de règlement alors que la plupart des panneaux font 12 m². Il est répondu que c'est uniquement le format de l'affiche qui fait actuellement 12 m², les moulures du support n'étant souvent pas incluses ce qui n'est plus conforme avec la réglementation nationale. Le format de 10.5 m² qui est le maximum autorisé dans le projet de règlement, uniquement en ZP3 et ZP4, inclus ainsi les moulures du support. Dans les autres zones, le projet n'autorise que la publicité sur mur aveugle avec un format réduit à 4 m².

Un habitant demande si le RLP encadre les couleurs des enseignes et des façades. Les couleurs des enseignes ne sont pas encadrées au titre de la liberté d'entreprendre de chaque commerçant. En revanche, les couleurs des façades font l'objet d'un nuancier issu parfois de chartes au niveau communal (palette des teintes adoptées, le cas échéant par les communes).

Enfin, un habitant demande si la communication institutionnelle est encadrée par le RLPi. Il est rappelé que l'information locale non commerciale n'est pas encadrée par le RLPi (par exemple les journaux électroniques d'information).

Il est demandé s'il y aura un retour sur cette réunion, il a été répondu qu'un compte rendu sera fait dans le cadre du bilan de concertation.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 21h00.

Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les associations de défense de l'environnement du jeudi 5 décembre 2019

Une réunion de concertation avec les associations de défense de l'environnement a eu lieu sur le projet de RLPi d'Annemasse Agglo le 5 décembre 2019 entre 10h30 et 12h30. Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques des associations sur le projet.

En dehors des services et des élus d'Annemasse Agglo, 3 représentants de l'association "Paysages de France" étaient présents.

Monsieur Maire introduit la séance et présente les motivations des élus sur l'origine du projet de RLPi. Le bureau d'études présente le projet de RLPi envisagé par les élus d'Annemasse Agglo.

Les membres de l'association sont intéressés par la charte des devantures de l'agglomération. Il est indiqué qu'elle leur sera transmise pour information.

Une membre de l'association interroge sur l'existence d'un service mutualisé pour instruire les dossiers relatifs à la publicité et faire la police de la publicité. M. Maire explique qu'une réflexion est en cours sur ce sujet entre les élus d'Annemasse Agglo pour la mise en œuvre du RLPi après son approbation.

Un membre de l'association attire l'attention sur les systèmes d'hologrammes qui projettent des publicités sur le sol ou sur un mur. Il est indiqué que la publicité au sol est interdite car une hauteur minimale de 50 centimètres est obligatoire.

Une membre de l'association demande que la publicité numérique soit réduite en format en ZP4 à 2 mètres carrés et que l'image soit fixe pour en limiter l'impact paysager et pourquoi le numérique n'est pas aussi interdit sur le mobilier urbain.

M. Maire indique que les élus réfléchissent actuellement à la question du numérique autorisé en ZP4 afin d'en limiter les impacts paysagers. Pour le mobilier urbain celui-ci est surtout défini par les contrats entre Annemasse Agglo et le concessionnaire choisi pour les installations liées au transport en commun et entre les communes et leurs concessionnaires, pour les autres mobiliers urbains.

Un membre de l'association demande si la publicité murale pourrait être apposée à au moins 50 centimètres des arêtes du mur pour une meilleure intégration dans le paysage. Cette remarque sera proposée aux élus pour validation.

Les membres de l'association demandent que le format de 10,5 mètres carrés soit réduit. Ils indiquent que le projet de RLPi de Grenoble-Alpes Métropole limite la surface à 4 mètres carrés maximum.

Un membre de l'association indique qu'il faut veiller à l'équité du projet en termes de zonage. Il trouve que c'est le cas du projet présenté. Il cite comme mauvais exemple le RLP de la ville de Villepinte où des quartiers d'habitat ayant la même fonction urbaine sont traités différemment (certains sont interdits de publicité, alors que d'autres sont autorisés).

Une membre de l'association trouve que l'enseigne parallèle pourrait être limitée à moins de 75 centimètres (cas des lettres découpées). Il est indiqué que projet de RLPi de Grenoble-Alpes Métropole limite à 45 ou 50 centimètres cette hauteur.

Au sujet des enseignes perpendiculaires, l'association recommande une limitation minimale en nombre à 2 par façade. Le projet envisageant une seule, il trouve que cela est une bonne disposition.

L'association indique qu'elle se bat contre certaines enseignes dont les bâtiments sont en quelque sorte utilisés comme une enseigne car ils sont au couleur de la marque (le bleu des bâtiments Ikéa est cité comme exemple). Des prescriptions en matière d'urbanisme pourraient répondre à ces questions.

Une membre de l'association évoque les tubes néons qui entourent les bâtiments de certaines activités. Il est indiqué que ces éléments ne constituent pas nécessairement une enseigne. En effet, ils ne constituent pas nécessairement une inscription, forme ou image en relation avec l'activité présente dans le bâtiment.

Pour conclure, l'association félicite l'agglomération pour son projet de RLPi.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 12h30.

Compte-rendu et remarques issues de la réunion avec les commerçants et artisans du jeudi 5 décembre 2019

Une réunion de concertation avec les commerçants et artisans a eu lieu sur le projet de RLPi d'Annemasse Agglo le 5 décembre 2019 entre 15h30 et 17h30. Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques des commerçants et artisans sur le projet.

En dehors des services et des élus d'Annemasse Agglo, une trentaine de commerçants et artisans étaient présents. Monsieur Maire introduit la séance et présente les motivations des élus du territoire (traitement des entrées de villes, harmonisation des règlementations entre les communes etc...) qui ont été à l'origine du projet de RLPi. Le bureau d'études présente le projet de RLPi envisagé par les élus d'Annemasse Agglo.

Un commerçant demande quels sont les délais de mise en conformité du parc existant avec le projet de RLPi. Il est indiqué que les délais sont de 2 ans pour les publicités et les préenseignes non conformes avec le RLPi et de 6 ans pour les enseignes. Pour cette dernière période, le législateur considère que c'est la période de renouvellement moyenne d'une enseigne. Cela évite des surcoûts de mise en conformité. Il est bien rappelé que le RLPi s'applique donc rétroactivement aux enseignes installées.

Un commerçant intervient sur le numérique. Il trouve que ça n'est pas nécessairement polluant et que ça peut avoir un sens si cela est bien géré. Pour lui, l'interdire n'est pas une nécessité. D'autres indiquent que le numérique a plus d'impact visuel qu'un système déroulant. M. Maire indique que la population a fait des retours assez négatifs sur le numérique qui représente une nuisance, notamment pour le cadre de vie et qu'il est préférable de l'encadrer fortement. Ainsi les élus réfléchissent actuellement à la question numérique autorisée en ZP4, afin d'en limiter les impacts paysagers. Il est indiqué, qu'installé à l'intérieur d'un local, l'écran n'est pas encadré par le RLPi (notion de publicité extérieure).

Un commerçant de Ville-la-Grand trouve que le projet de RLPi est différent du projet de RLP de la ville approuvée en 2017.

Il est indiqué que l'objectif est la convergence des 4 RLP actuels sur le territoire intercommunal. Pour cela, certaines règles doivent être ajustées dans les 4 communes concernées (notamment Ville-la-Grand). Par ailleurs, il est demandé si les enseignes doivent être regroupées sur un même totem dans le cadre d'un centre commercial avec plusieurs unités commerciales. Les élus et services vont réfléchir à ce point pour évaluer s'il est préférable d'envisager un regroupement ou non.

Un professionnel demande sur quelle réglementation se baser entre maintenant et l'approbation du RLPi. Il est indiqué que, juridiquement, les 4 RLP en vigueur restent applicables jusqu'à l'approbation du RLPi. Toutefois, pour anticiper un éventuel surcoût, il convient dès à présent de se rapprocher des services de l'agglomération pour éviter de devoir démonter un dispositif qui ne serait plus conforme au RLPi ensuite. Ce professionnel fait le vœu d'une réglementation stable dans le temps pour pouvoir s'adapter sur le plan économique.

Un commerçant demande que soit rappelée la règle de surface cumulée des enseignes en façade. Une surface maximale d'enseignes de 15% de la surface de la façade est autorisée. Ce seuil est porté à 25% si la façade commerciale mesure moins de 50 mètres carrés.

Un commerçant demande quelles seront les règles pour les « totems ». Il est indiqué qu'ils seront limités à 6 mètres carrés (ce qui est déjà le cas dans 10 des 12 communes d'Annemasse Agglo). Leur hauteur au sol ne pourra excéder 5 mètres, ni leur largeur 2 mètres.

Un commerçant interroge sur la publicité apposée sur le tramway. Il est indiqué que cela n'est pas encadré par le RLPi. Il existe une réglementation particulière sur les véhicules publicitaires.

Un agriculteur se demande ce qu'il va advenir de ces préenseignes et de ces enseignes sachant que son activité se trouve hors agglomération. Il est expliqué que les préenseignes sont interdites hors agglomération (par le code de l'environnement et non le RLPi) sauf pour les produits du terroir, les monuments historiques ouverts à la visite et les activités culturelles. Il est possible de convertir les préenseignes par de la Signalisation d'Information Locale (SIL). Les enseignes installées sur l'unité foncière doivent respecter les conditions envisagées par le RLPi et le règlement national le cas échéant. Elles demeurent autorisées y compris hors agglomération.

Un commerçant indique qu'il ne voit pas l'intérêt d'une extinction entre 23h et 6h pour les enseignes. M. Maire précise qu'il s'agit de limiter la pollution lumineuse et éviter le gaspillage énergétique. L'opération « la nuit est belle » fut révélatrice de ce point de vue. En effet, en éteignant l'ensemble de l'éclairage public du Grand Genève, la pollution lumineuse était quasiment aussi importante qu'en période d'éclairage. La plage de 23h à 6h fait aujourd'hui consensus parmi les élus.

Une commerçante souhaite savoir si des sanctions sont prévues en cas de non-respect de la réglementation. En effet, une astreinte journalière est perçue par la commune par jour et par dispositif non conforme jusqu'à mise en conformité. Le montant de l'astreinte journalière est d'environ 210 euros.

Les dernières questions concernent la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE). Il est rappelé que la TLPE est une taxe facultative instaurée par les communes. Annemasse Agglo n'est donc pas l'autorité compétente pour traiter de ce sujet. Il est fait remarquer à juste titre que le RLPi peut faire baisser le montant de la TLPE par la suppression de certains dispositifs. Une des conséquences est aussi la baisse de la taxe pour certains commerçants lors de la mise en conformité.

Un commerçant interroge l'audience sur le bilan de la TLPE. A-t-elle permis de réduire les surfaces publicitaires dans les communes où elle est en place ? Il trouve dommage de ne pas être informé de cela. Un artisan pense que la taxe est anticoncurrentielle dans un contexte frontalier (les entreprises françaises sont moins compétitives à cause de la taxe). Ces questionnements seront transmis aux communes pour qu'elles y apportent une réponse.

L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à 17h30.

Courriers et mails reçus durant le projet

Observation n°1 reçue par mail le lundi 3 juin 2019

Paysages de France

Association agréée dans le cadre national au titre des articles L141-1 et suivants du Code de l'environnement et agréée par le Ministère de la Justice au titre de l'article 54-1 de la loi n°71-1130 du 31 décembre 1971

Siret N°40861385900029

Siège national :

5 place Bir-Hakeim
38000 GRENOBLE

Demandeur :

Laurent Fetet, président
5 place Bir-Hakeim
38000 GRENOBLE

contact@paysagesdefrance.org

Madame, Monsieur,

J'ai le plaisir de vous adresser en pièce jointe un courrier à l'attention de Monsieur le Président d'Annemasse Agglo, courrier relatif au projet de règlement local de publicité de votre collectivité.

Dans le cadre des nouvelles dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir m'adresser un accusé de réception électronique dans un délai de 10 jours ouvrés après réception de ce message.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Laurent Fetet, président de Paysages de France

--

L'association joint ses recommandations en termes de RLPi disponibles à l'adresse suivante :

<https://paysagesdefrance.org/decouvrir-nos-actions/20/rlp-mesures-minimales/>



**Paysages
de France**

Association agréée
dans le cadre national
au titre des articles
L.141-1, R.141-2 à R.141-20
du Code de l'environnement
et agréée par le ministère
de la Justice au titre
de l'article 54,1°
de la loi n° 71-1130
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas †,
artiste-peintre
- Gilbert Durand †,
philosophe
- Alain Finkielkraut,
philosophe, membre
de l'Académie française
- Albert Jacquard †,
généticien
- Louédin,
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,
sociologue
- François Morel,
artiste
- Edgar Morin,
sociologue
- Hubert Reeves,
astrophysicien

Grenoble, le 20 mai 2015

Monsieur le Président d'Annemasse Agglo

Saisine par voie électronique sur l'adresse : rpi@annemasse-agglo.fr

Objet : demande de l'association Paysages de France à être consultée dans le cadre de l'élaboration du règlement local de publicité de (Article L. 132-12 du code de l'urbanisme)

Monsieur le Président, cher Monsieur,

J'ai le plaisir de vous informer que l'association *Paysages de France*¹ souhaite apporter sa contribution à la réflexion conduite dans le cadre du projet mentionné en objet et demande à être consultée.

Le code de l'urbanisme, en son article **L.132-12** dispose en effet :

« Sont consultées à leur demande pour l'élaboration des schémas de cohérence territoriale et des plans locaux d'urbanisme : [...];

2° Les associations de protection de l'environnement agréées mentionnées à l'article L.141-1 du code de l'environnement ; [...].

Comme vous le savez, la procédure d'élaboration des RLP/RLPi est désormais calquée sur celle des PLU/PLUi.

Paysages de France étant une association agréée dans le cadre national au titre de l'article L.141-1 du Code de l'environnement, je vous demande de bien vouloir, conformément aux dispositions précitées, consulter notre association.

Dans cette perspective, je vous remercie de l'associer le plus étroitement possible à cette démarche et, notamment, de veiller à ce que vos services la tiennent régulièrement informée de l'évolution du projet et lui communiquent en temps utile les documents permettant d'avoir une connaissance exacte et complète de ce dernier au fur et à mesure de son élaboration.

L'enjeu que représente le futur RLP est en effet des plus importants.

Les maires ainsi que les présidentes et présidents des intercommunalités compétentes en matière d'urbanisme détiennent le privilège de pouvoir imprimer leur marque sur la partie du territoire national dont ils ont la responsabilité et, dans le cas d'espèce, d'exercer leur pouvoir pour que le paysage, composante majeure du « patrimoine commun de la nation »² et « élément essentiel du bien-être individuel et

¹L'association *Paysages de France* est reconnue au niveau national pour sa compétence spécifique dans le domaine de l'affichage publicitaire. Elle a été étroitement associée au processus du « Grenelle » et récemment, a été à l'origine d'une vaste campagne de sensibilisation qui a abouti au retrait, le 8 février 2016, de mesures qui, en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes, auraient considérablement aggravé la situation qui prévaut dans notre pays, cela alors même que l'enjeu est bien évidemment de renforcer la protection de l'environnement et du paysage, et, partant, de valoriser l'image d'un territoire, mais aussi d'améliorer la qualité du cadre de vie de tous les citoyens, sans exclusives, et non l'inverse.

²Loi n° 95-101 du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement, dite loi Barnier.

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 GRENOBLE
Tél 04 76 03 23 75 Top 08 97 10 20 23 contact@paysagesdefrance.org

social »³ fasse – au-delà du seul bien-être de leurs administrés et de l'image de leur commune – l'objet de toutes les attentions qu'il mérite.

L'association *Paysages de France* ne peut donc que se réjouir de votre volonté et de celle de votre conseil de protéger d'une pollution souvent extrêmement agressive, non seulement vos administrés, mais également un espace qui, par définition, fait donc partie du patrimoine national.

Qui plus est, si les mesures appropriées sont prises, le futur RLP favorisera un exercice plus équilibré de la concurrence entre commerçants, cela au bénéfice des « petits », et donc notamment des commerces de proximité et des centres ville, lesquels sont les premières victimes de la surenchère publicitaire à laquelle se livrent certains acteurs économiques, en particulier de la grande distribution.

Enfin, une telle démarche ne peut désormais faire abstraction d'autres enjeux environnementaux – cruciaux et urgents, tels que la transition écologique, la lutte contre l'incitation perpétuelle à la surconsommation et au gaspillage, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique – qui nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

Au demeurant, en mettant en œuvre une politique d'excellence en la matière, Annemasse Agglo impulsera une démarche responsable et innovante, ce que *Paysages de France* ne manquera pas de faire savoir si tel doit être le cas.

Afin de faciliter la tâche des élus, l'association que je préside a donc réalisé un document de portée générale énumérant les principaux types de dispositifs et les adaptations qu'il convient notamment d'apporter à la réglementation nationale pour qu'un RLP :

1. puisse être considéré comme assurant un niveau acceptable de protection du cadre de vie et du paysage et permette une réappropriation de l'espace public au profit des populations et des usagers des voies publiques ;
2. fasse que le territoire concerné n'aille pas à l'inverse des mesures à prendre dans le cadre des enjeux environnementaux majeurs que représentent la transition énergétique et la lutte contre le réchauffement climatique, mais, au contraire, apporte à cette occasion une contribution concrète et significative, ce qui est, j'en suis convaincu, votre volonté ;
3. permette d'assurer un exercice plus équilibré et « apaisé » de la concurrence entre acteurs économiques.

J'ai donc également le plaisir de vous adresser ci-joint le document en question.

Dans l'attente de votre réponse et restant à votre disposition pour toute information complémentaire,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération la plus distinguée.

Le président, Laurent FETET



³ Convention européenne du paysage du 20 octobre 2000, ratifiée par la France le 13 octobre 2005 et entrée en vigueur le 1er juillet 2006.

Observation n°2 reçue par mail le jeudi 7 novembre 2019 (version anonymisée)

Bravo pour cette initiative !

Merci de préserver l'environnement de nos villes et cadre de vie

Envoyé de mon iPad

Observation n°3 reçue par mail le vendredi 22 novembre 2019 (version anonymisée)

Bonjour,

A Lanzarote (Espagne, île des Canaries, large du Maroc, 850km², sur toute l'île, AUCUN panneau publicitaire (Merci à César Manrique, artiste et ... ami du gouverneur de l'île il y a 30 ans) : Génial. Quand on veut de l'information à caractère commercial, on la cherche sur internet.

Les messages qui s'imposent à notre vue dans les rues ne respectent plus notre liberté de choix, car ils servent à nous formater. L'acte de consommer ne se fait pas en fonction du besoin, mais de l'envie qui est générée, des autres.

Ou alors de faire de la publicité neutre. En précisant la qualité nutritionnelle, ou environnementale du produit. Mais dans des revues, sur des murs spécifiques

Quand j'achète une revue informative (mon choix) et que j'y vois de la publicité, quand je vais sur un site internet gratuit, et qu'il y a de la publicité ... dans les deux cas, dans les 2 cas je choisis. Et je peux même comprendre que cette publicité me permet d'avoir accès à du contenu gratuit, ou moins cher. Quand je circule en ville, j'ai besoin d'une certaine signalétique pour trouver ce que je cherche. Mais pas plus.

Quand on veut, on demande, et on trouve.

Quand on n'a pas spécialement besoin, et qu'on arrête pas de nous montrer que plus on consommera, plus on sera content ... on achètera, on utilisera de moins en moins longtemps, on produira des déchets,

La publicité lumineuse : la loi avec l'extinction des lumières je crois pendant une certaine période de la nuit, est bien respectée sur le territoire ???

Bon, tout ça c'est bien beau, mais on demande pas aux canards de se révolter quand ils font la queue pour être engraisser.

C'est le système qui veut ça, il y a toute une économie derrière, il faut bien ...

Il est possible de mettre un "stop pub" sur ma boîte à lettre ... pourquoi pas sur mon chemin pour aller à la Poste, faire du sport, accompagner mes enfants à l'école ?

A l'arrêt du bus devant le collège de Ville-la-Grand, une fois sur 2 c'est de la publicité pour des alcools forts, ou des produits alimentaires complètement déconseillés par n'importe quel professionnel de la santé.

Bonne compilation

Observation n°4 reçue par mail le jeudi 5 décembre 2019

Bonjour,

A la suite de notre réunion d'hier, Pouvez-vous s'il vous plait, comme nous l'avons évoqué, nous transmettre les plans précis relatifs aux différentes zones ?

Ceux qui sont accessibles sur votre site internet ne sont pas exploitables correctement.

Je vous en remercie par avance,
Bien cordialement,



Observation n°5 reçue par mail le vendredi 6 décembre 2019 (version anonymisée)

Bonjour,

Suite à la réunion d'hier 4.12.2019, je voudrais encore insister sur les **panneaux publicitaires numériques** :

Ces panneaux très -voire trop- lumineux dérangent l'environnement, distraient les automobilistes aux endroits sensibles et surtout sont anarchiquement ENERGIIVORES.

Si nous n'arrêtons pas cette nouvelle publicité agressive, nous allons à l'inverse de ce qui est requis impérativement aujourd'hui, réduire nos consommations d'énergie.

Soyez remerciés de votre attention.

Avec mes distinguées salutations,

(L'exemple de Super U à Bonne est flagrant. Bien que situé sur un lieu privé, il dépasse excessivement sa position de par sa luminosité)

Observation n°6 reçue par mail le samedi 7 décembre 2019 (version anonymisée)

Bonsoir Monsieur,

Je fais suite à la réunion de présentation du projet de RLPI qui a eu lieu hier à Annemasse.

La Pharmacie du Chef-Lieu se situe dans le centre bourg de Cranves-Sales, sur un parking encaissé, à côté de Savoie Volaille.

Ces deux commerces se situent sur un parking en contrebas des bâtiments du Clos des Mésanges, sous des toitures "écrasantes".

Pour atténuer ce côté pesant, les enseignes ont été placées en toiture, comme le montre les photos ci-dessous.

Suite à la présentation faite hier, il semblerait que les enseignes en toiture ne seraient plus conformes.

A mon avis, mais cela n'engage que moi, ces enseignes en toiture apportent plus une amélioration à l'esthétique qu'un désagrément.

Concernant les croix de la pharmacie, ces dernières se situent au niveau de l'étage supérieur, occupé partiellement par la pharmacie (grenier + mezzanine). Elles permettent l'identification et la localisation de la pharmacie depuis la route des fontaines (en haut à gauche sur la photo) et depuis la rue du clos des mésanges, en haut à droite sur la photo. Elles ont également un rôle la nuit pour repérer la pharmacie de garde.

Pourriez-vous, s'il vous plaît, donner un avis sur la conformité de ces éléments au regard du projet ?

Je vous remercie par avance,

Bien cordialement,



aspect actuel de la pharmacie



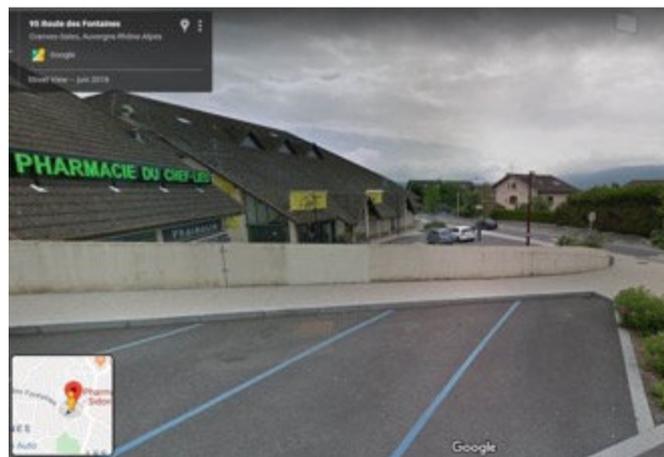
Savoie Volaille pendant les travaux de réaménagement du Chef-Lieu



aspect actuel en remontant la route des fontaines vers le Chef-Lieu de Cranves-Sales



aspect actuel en descendant la route des fontaines



vue vers la place du commerce depuis la Route des Fontaines.



La Pharmacie du Chef-Lieu avant les travaux que nous avons réalisés

Observation n°7 reçue par mail le mardi 17 décembre 2019

Bonjour

Je vous remercie pour le plan en A0, néanmoins il manque les noms des avenues donc difficile de faire un bon repérage.

Je vous propose comme convenu deux propositions avec plan ci-joint afin d'agrandir deux zones une sur la route de ST Julien à Etrembières et une sur Rue de l'industrie à Gaillard.

A votre disposition

Bien cordialement

Directeur patrimoine régional



ExterionMedia

1 Rue De Lombardie PARC AKTILAND - 69800 SAINT PRIEST



Route de Saint-Julien à Etrembières Rue de l'Industrie à Gaillard

Observation n°8 reçue par mail le vendredi 20 décembre 2019

Bonjour,

Dans le cadre de la concertation portant sur l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal d'Annemasse Agglo, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint les observations de l'Union de la Publicité Extérieure.

Je vous en souhaite une bonne réception.

Bien cordialement,

Union de la Publicité Extérieure
2, rue Sainte-Lucie - 75015 PARIS



Monsieur le Président
Annemasse Agglo
11, avenue Emile Zola
BP 225
74105 Annemasse cedex

Paris, le 20 décembre 2019

*Objet : élaboration du règlement local de publicité intercommunal
Concertation*

Monsieur le Président,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande attention du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) d'Annemasse Agglo présenté lors de la réunion du 4 décembre dernier.

Afin de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, nous vous présentons ci-après nos demandes d'aménagements réglementaires permettant à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet, joint à la présente, un dossier reprenant nos différentes propositions. Nos propositions demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.


Stéphane DOTTIELONDE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation

2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z

ANNEMASSE AGGLO

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)
Concertation – décembre 2019

Le présent document a pour objectif de :

- I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLPi ;**
- II. Rappeler les grands principes applicables aux RLPi ;**
- III. Contribuer à la procédure d'élaboration du RLPi initiée par Annemasse Agglo.**

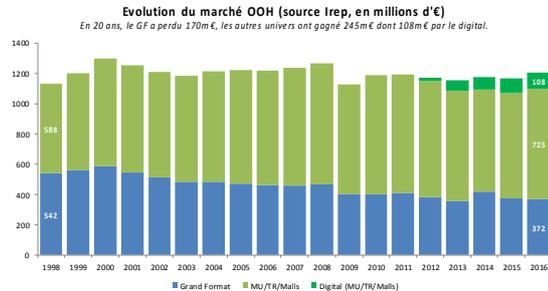
La communication extérieure – un média moderne et indispensable

Au cours des 20 dernières années, la communication extérieure s'est imposée comme le **dernier média de masse**.

Elle a ainsi pu préserver ses parts de marché dans un univers concurrencé par l'arrivée de la publicité digitale.

Cette position s'affirme notamment **pour les acteurs locaux** qui ne disposent pas d'autres médias pour **communiquer sur le territoire** de manière globale.

La communication extérieure doit donc pouvoir s'exprimer pour **favoriser le développement du tissu économique local**.



OOH est une abréviation pour « Out Of Home » (= équivalent de publicité extérieure)

I. La communication extérieure, un outil de communication locale et régionale :

- ✓ La communication extérieure est un **mass-média**, tout particulièrement **sur les marchés locaux**. C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant**.
- ✓ Elle est un **média privilégié** pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.
- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure reste un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local.**
- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.

La communication extérieure – un média moderne et indispensable

En France, la part de marché de la communication extérieure est en progression constante depuis 2006 (hors Internet).



✓ Pour la **13^{ème} année consécutive** (de 2006 à 2018) la communication extérieure enregistre des résultats supérieurs à ceux de l'ensemble des médias historiques.

✓ Entre **2006 et 2018**, la part de marché de la communication extérieure a ainsi connu une progression constante, passant de 11,6% à 16,2% des 5 médias historiques.

✓ Prévisions du marché de la publicité extérieure en 2019 et 2020 (Source : BUMP/Magna – Décembre 2019) :

+ 4,3% en 2019 (contre – 0,5% pour les médias historiques)

+ 4,2% en 2020 (contre – 0,9% pour les médias historiques).

La communication extérieure – un média moderne et indispensable

L'affichage, média le plus innovant selon une étude Ifop pour les prix Stratégies de l'innovation média

Les raisons de la progression de la communication extérieure

STRATÉGIES

► 15 mai 2019 - 23:55

► Une mobilité en croissance

+39 min passées hors domicile en 10 ans (Source : TGI-Kantar)

70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans (Source : Enquête UTP 2018)



► Une urbanisation en croissance

+ 9 millions de Français vivant en zone urbaine depuis 1982 (Source : INSEE)

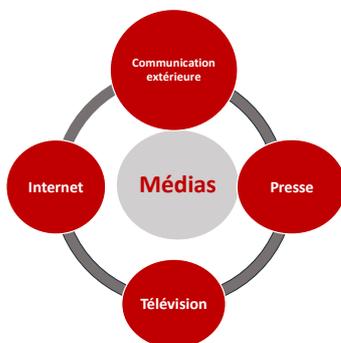
80% des Français vivent en ville. **86%** d'ici 2050 (Source : INSEE)

D'où une progression de l'audience de la communication extérieure

La ville est un territoire actif, le plus grand réseau social du monde réel

La communication extérieure, un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est **favoriser la pluralité des médias**.



- Ø Internet est devenu le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente 39,7% du marché publicitaire en France et 54,2% du marché publicitaire aux Etats- Unis.
- Ø Google et Facebook captent 78% du marché français de la publicité sur Internet et 56,5% du marché américain.
- Ø **Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante de Google et Facebook sur le marché publicitaire.**

(Sources : Etude PwC pour le SRI et l'UDECAM, Etude eMarketer)

La communication extérieure – un média respectueux de la vie privée

« Les plates-formes numériques de ces deux géants constituent ainsi des diffuseurs de choix pour un annonceur souhaitant toucher le plus grand nombre, explique l'avocat Arnaud Touati. Facebook et Google s'appuient sur la data collectée à travers chacun de nos passages sur leur plate-forme. **Contrairement aux autres diffuseurs, ils maîtrisent parfaitement la masse de données récoltées.** »

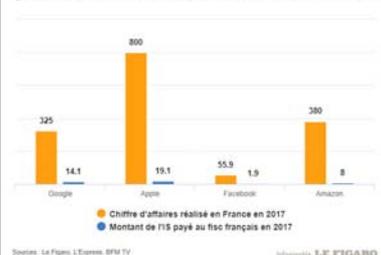
Facebook, par exemple, dispose d'algorithmes qui, couplés à un système de géolocalisation, lui permettent de cibler efficacement les consommateurs.

Extrait magazine Capital – septembre 2019

Avec 108 salariés dans sa filiale française, Facebook a déclaré en 2017 un chiffre d'affaires de 56 millions d'euros et n'a payé qu'environ 1,9 million d'euros, rapporte BFM TV. Sauf que, précise la chaîne, le chiffre d'affaires réel de l'entreprise est bien supérieur. La filiale française du réseau de Mark Zuckerberg revendique 39 millions d'inscrits dont 35 millions de personnes actives. En 2017, selon ses comptes, un utilisateur européen rapportait par ailleurs quelque 24,2 euros en moyennes. Résultat : selon BFM TV, le chiffre d'affaires réel de Facebook en France serait de 850 à 950 millions d'euros.

Source Capital.fr

Chiffre d'affaires et montant de l'impôt sur les sociétés par les GAFAs au fisc français en 2017 (en millions d'e)



Source: Le Figaro, L'Espresso, BFM TV

La communication extérieure – un média vertueux et local

La publicité extérieure :

- ✓ offre la possibilité pour **les annonceurs locaux** de communiquer sur une **zone géographique précise**.

Les **annonceurs locaux** ont en effet besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité et **se faire connaître et reconnaître** dans leur zone de chalandise.

- ✓ **bénéficie directement aux collectivités (TLPE).**
- ✓ **favorise l'emploi local et dynamise les territoires.**

Pénaliser la publicité extérieure renforce la position dominante des GAFAs sur le marché publicitaire sans bénéfice au niveau local.

La communication extérieure – le média des déplacements

L'impératif de la communication extérieure : une implantation efficace

Deux notions essentielles à sa raison d'être : la **couverture** et la **répétition**.

Un dispositif publicitaire se doit d'être vu par le plus grand nombre. Aussi faut-il qu'il soit présent sur un axe à forte circulation et dans les zones à forte densité d'audience.

La communication extérieure – le média des déplacements

Par sa présence sur l'ensemble d'un territoire donné, le média communication extérieure offre de **sérieuses garanties d'audience**.

Les réseaux de publicité extérieure, qu'ils soient nationaux, régionaux ou locaux, sont **des combinaisons de faces** publicitaires réparties en différents lieux du territoire :

- ✓ Chaque face dispose ses caractéristiques propres qui interagissent avec celles des autres faces du réseau ;
- ✓ Chaque face est un **média local** située dans un lieu de trafic, exposée à un nombre variable d'individus chaque jour et génère ainsi des contacts qui dépendent à la fois des caractéristiques de la face et de son environnement.

Le marché de la communication extérieure – investissements locaux en France

De très nombreux annonceurs locaux communiquent sur les réseaux d'affichage présents en France, **notamment pour une communication directionnelle**.

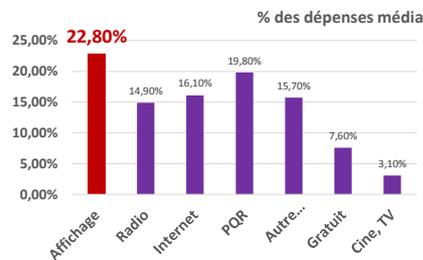
Tous les secteurs d'activités et toutes les tailles d'activités sont représentés : salons, aquarium, sport, agence immobilière, grande distribution, bricolage, cuisiniste, hôtellerie, restauration, loisirs, mutuelles...

La communication extérieure est faite par et pour les annonceurs locaux.

Elle est le **dernier média** leur permettant d'être connus de tous sans ciblage marketing.

Pourcentages de dépenses média attribués à la communication extérieure :

22 - Hébergement / Restauration	24,0%
21 - Loisirs / Tourisme	39,3%
19 - Enseignement / Formation	10,7%
07 - Commerce alimentaire spécialisé	29,9%
02 - Transports de voyageurs	12,6%

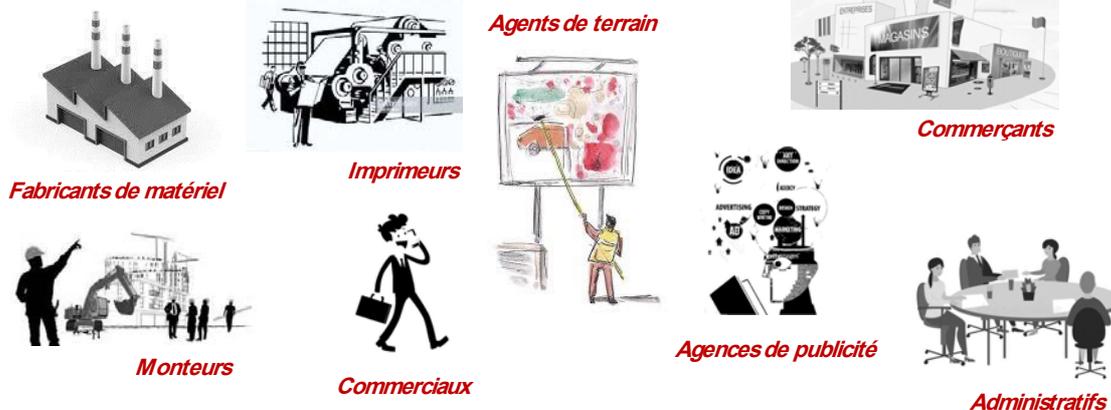


En France, **l'affichage représente 22,80 % des investissements publicitaires locaux (1^{er} média)**.

Source France Pub 2017



La communication extérieure – une activité économique locale et multiple



II. Les objectifs d'un RLPI

- ✓ A partir du Règlement National de la Publicité (RNP - inscrit dans le code de l'environnement), **le RLPI donne la possibilité d'adapter les règles nationales aux enjeux locaux**, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.
- ✓ Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLPI peut ainsi s'avérer être **un outil pour réintroduire la publicité** dans les zones d'interdictions relatives de publicité.
- ✓ Le RLPI doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes **d'urbanisation et de technologies**.
- ✓ Le RLPI doit être lisible et source de **sécurité juridique**. Il ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter.

1 RLPi, 2 sujets – enseignes vs publicités : constat

- ✓ Parfois **confondues**, enseignes et publicités font partie du paysage.
- ✓ Certaines accumulations ont un impact notable sur le cadre de vie.
- ✓ Moins onéreux et de grande surface, les panneaux « 4x3 » ont été souvent repris par les enseignistes.



Illustrations hors territoire

Il n'est pas rare de constater sur certains axes un nombre d'enseignes bien supérieur à celui des dispositifs publicitaires.

1 RLPi, 2 sujets – enseignes vs publicités : une distinction à opérer

Différenciation du format

Enseignes = totems

Publicités



Illustrations hors territoire

III. Propositions de l'UPE sur le projet de RLPi présenté le 4 décembre 2019



ZPR2

Article 7 - Interdiction

« Sont interdits :

- Les publicités (préenseignes) lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités (préenseignes) non lumineuse sur clôture aveugle ;
- Les publicités (préenseignes) numériques ;
- Les dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installées directement sur le sol. »

Problématique :

- Le projet de règlement prévoit l'interdiction des dispositifs scellés au sol en ZPR2.

Proposition :

- Nous préconisons de réintroduire les dispositifs scellés au sol suivant le format retenu en cette zone.

ZPR2-ZPR3

Nous demandons que les axes suivants actuellement situés en ZPR2 soient intégrés en ZPR3. Ces propositions permettront de préserver des implantations et d'améliorer sensiblement la couverture et l'efficacité des offres commerciales. L'impact restera faible en raison de l'importance du linéaire de façade minimum.

Ambilly :
Rue de Genève
Rue Ravier
Rue du Jura

Annemasse :
Rue du Salève
Route d'Etrembières
Avenue Jules Ferry
Route de Bonneville
Avenue Emile Zola
Rue de l'Île de France
Route de Thonon

Vetraz-Monthoux :
Route de Taninges sur sa totalité
Route de Bonneville

Cranves-Sales :
Route de Taninges sur sa totalité

Gaillard :
Rue de Genève
Rue de l'Industrie

Etrembières :
Route de la Libération
Route de St Julien

ZPR 3 et 4

Article 14 - Dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installés directement sur le sol
« Les dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installés directement sur le sol doivent être implantés perpendiculairement à la voie les bordant et observer un recul minimal d'un mètre par rapport à l'alignement. »

Article 20 - Dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installés directement sur le sol
« Les dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installés directement sur le sol doivent être implantés perpendiculairement à la voie les bordant et observer un recul minimal d'un mètre par rapport à l'alignement. »

Problématique :

- Le règlement local de publicité d'Annemasse de novembre 2004 actuellement en vigueur prévoit que les dispositifs scellés au sol doivent respecter un recul de 0,5 m par rapport à l'alignement.

Proposition :

- Nous préconisons de conserver la règle édictée par le RLP en vigueur d'Annemasse.

ZPR2-ZPR4

Etrembières :

La voie ferrée située route de Saint-Julien à Etrembières est en ZPR2.

Notre proposition :

- Nous demandons que ce secteur soit intégré en ZPR 4.

ZPR4

Article 21 Densité

« La règle de densité concerne :

- les publicités (préenseignes) apposées sur un mur aveugle, lumineuses ou non ;
- les dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, il peut être installé :

- soit un dispositif publicitaire (préenseigne) scellé au sol ou installé directement sur le sol, lumineux ou non ;
- soit une publicité (préenseigne) apposée sur un mur aveugle, lumineuse ou non. »

Problématique :

- La ZPR 4 comprend des parcelles à grands linéaires.

Notre proposition :

- Afin de tenir compte de ces parcelles, nous proposons la possibilité d'installer un second dispositif par tranche de 100m de linéaire avec 40m d'interdistance entre 2 dispositifs.

Observations complémentaires

Article 11 – Publicité (préenseigne) apposée sur les palissades de chantier

Les publicités (préenseignes) apposées sur des palissades de chantier ne peuvent être lumineuses, ni être installées pour plus de 18 mois.

Les publicités (préenseignes) apposées sur des palissades de chantier ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés encadrement compris.

Les publicités (préenseignes) apposées sur des palissades de chantier ne peuvent être apposées à moins de 50 centimètres du niveau du sol, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les publicités (préenseignes) apposées sur des palissades de chantier sont limitées en nombre à une par tranche de 20 mètres linéaires de palissade. Deux publicités (préenseignes) apposées sur des palissades de chantier doivent être situées au moins à 20 mètres l'une de l'autre.

Problématique :

- Le projet de RLP prévoit une limitation de la surface hors tout à 8 m² pour les palissades de chantier. Ce format retenu ne correspond pas aux standards de la profession.
- Le projet de RLP prévoit également d'interdire la publicité lumineuse. De cette façon, la publicité rétroéclairée serait interdite.

Notre proposition :

- Nous préconisons de prévoir un format d'affiche de 8m² et de 10,50 m² encadrement compris conformément aux instructions du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire de novembre 2019 (Fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités).
- Nous proposons d'autoriser la publicité lumineuse sur ces supports.

Observations complémentaires

Article 7 - Interdiction

« Les bâches publicitaires sont interdites en ZP2 à Annemasse et Gaillard. »

Problématique :

- En application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires comme les bâches de chantier sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.
- Nous préconisons de ne pas interdire de manière générale ces types de support publicitaire mais de les prévoir dans le RLP afin d'anticiper tout type de besoin de communication à l'avenir par les acteurs locaux.

Proposition :

- Nous vous suggérons de soumettre les bâches publicitaires à la seule réglementation nationale afin que le maire puisse exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable.

Observations complémentaires

Le projet de RLP limite la hauteur des dispositifs muraux et des dispositifs scellés au sol à 5 mètres par rapport au niveau du sol.

Problématique :

- Le code de l'environnement retient pour les dispositifs muraux une hauteur limitée à 7,5 mètres. Quant aux dispositifs scellés au sol, la hauteur est limitée à 6 mètres.
- En fixant une limite à 5 mètres, le projet de RLP ne tient pas compte des contraintes inhérentes liées à l'implantation des dispositifs publicitaires (haies).

Proposition :

- Nous vous suggérons de prévoir une hauteur maximale de 6 mètres pour les dispositifs muraux et pour les dispositifs scellés au sol.

Observations complémentaires

Le projet de RLP prévoit que les dispositifs publicitaires (préenseignes) scellés au sol ou installés directement sur le sol doivent être implantés perpendiculairement à la voie les bordant.

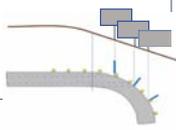
Problématique :

- Cette obligation ne permet pas de conjuguer esthétisme environnemental et optimisation des implantations et notamment dans les portions courbes des voies routières et voies de sorties ou entrantes.

La seule notion qui pourrait être retenue est la perpendicularité « visuelle ». Toutefois, elle demeure complexe dans sa mise en œuvre.



Position perpendiculaire non intégrée à l'environnement et inutile visuellement



Proposition :

Nous demandons la suppression de cette obligation qui conduit à d'importants coûts de transformation sans aucune plus value environnementale.

ANNEMASSE AGGLO

**Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)
Concertation – décembre 2019**

Observation n°9 reçue par mail le vendredi 20 décembre 2019

Bonjour,

Suite à la réunion d'information, et comme convenu, nous vous transmettons ce jour nos remarques concernant le futur RLPI d'Annemasse.

Je me tiens à votre disposition pour toute question.

Bien cordialement,

Directrice d'Agence



2 Bis Rue de l'Egalité
74960 MEYTHET

Objet : Observations projet RLPI

Madame Monsieur,

Je vous prie de bien vouloir trouver ci-après nos observations et propositions telles que sollicitées à l'issue de la réunion de concertation qui s'est tenue le 4 Décembre dernier au cours de laquelle nous a été présenté le projet de RLPI d'Annemasse Agglomération.

Préambule

A ce stade de l'avancement du projet nous regrettons qu'il n'ait pas été possible de prendre connaissance des limites des agglomérations concernées, alors même que le plan de zonage doit les prendre en considération.

Concernant le zonage

Nous attirons votre attention sur le fait qu'en l'absence de zonage précisément délimité dans le texte les plans graphiques figurant sur des cartes sont essentiels.

En l'espèce il nous apparaît que ces plans sont vagues. La fixation précise des axes concernés pour chaque zone, doit être effectuée sur les cartes graphiques pour éviter toute difficulté d'interprétation quant à l'application des dispositions par zone.

S'agissant de la ZP2

- Nous n'avons pas de remarques à apporter concernant la plupart des axes concernés, et sommes bien conscients que des communes telles que ST Cergues, Juvigny, Bonne, Machilly, Lucinges doivent être préservées.
- Néanmoins **certaines voies de circulation denses**, classées en ZP2 ne nous semblent pas justifiées **parce que proches des zones économiques**.

C'est le cas des rues suivantes :

A Cranves-Sales, la route de Taninges, sortie de la zone d'activité de Bonne / entrée dans la zone économique de Borly.

A Cranves-Sales également le début de la Route de Thonon « Route des Chasseurs » situé en début de zone d'activité de Ville la Grand.

A Vétraz-Monthoux : le début de la route de Taninges qui dessert la zone d'activité).

Le maintien de ces axes en ZP2 aurait pour effet de pénaliser gravement nos principaux clients : acteurs du commerce local, tels qu'Intermarché Gaillard et Vétraz, Géant Casino, Bricodépôt, Décathlon, Satoriz, KFC, Super U Bonne, Leclerc VL.

Proposition

Nous sollicitons que soient intégrés en ZP4 pour une meilleure cohérence de la définition des zones (cf schémas ci-dessous) :

Sur la commune de Vétraz-Monthoux (c) :

Le coté de l'axe de la route de Taninges aujourd'hui classé en ZP2 alors même que l'autre côté de l'axe est classé en ZP4

Sur la commune de Cranves-Sales :

- La partie de la route de Taninges (a), (sortie de la zone d'activité de Bonne pour entrer dans la zone économique de Borly) aujourd'hui classée d'un côté en ZP2 alors que l'autre côté est situé en ZP4 sans justification en termes de protection du cadre de vie et de l'environnement
- Le début de la Route de Thonon (b) « Route des Chasseurs » situé en début de zone d'activité de Ville la Grand.

(a)

(b)

(c)



Concernant le format

En ZP2, alors même que tout portatif est interdit, le format d'affichage est limité à 4m² pour les panneaux muraux.

Nous sollicitons que la surface de l'affiche soit fixée à 8m² (les moulures ne pouvant excéder 25 cm)

En effet l'impact de panneaux muraux dans le cadre de vie est moins important du fait de leur adossement à un support plein.

De plus un même format dans toutes les zones serait plus adapté, et créerait une harmonie au niveau des mobiliers.

Concernant la règle de densité en ZP3

1/ En ZP3 (article 15 du projet) la longueur minimum du côté de l'unité foncière bordant la voie publique est fixée à **35 mètres linéaire**.

Cette règle est extrêmement restrictive et aboutit à réduire considérablement les possibilités d'implantation ou de maintien des panneaux existants le long des axes retenus.

- L'abaisser à **25 mètres linéaire** nous semble être une limite raisonnable.

2/ Nous proposons d'autre part que pour les unités foncières dont le linéaire est supérieur à 50 mètres l'implantation d'un second dispositif publicitaire scellé au sol soit possible.

Concernant la hauteur des dispositifs scellés au sol

Le projet prévoit en ZP3 et ZP4 (art 13 et 14 /19 et 20 du projet) une hauteur maximum de 5 mètres pour les panneaux muraux et les dispositifs scellés au sol.

Une telle règle aboutirait en cas de maintien de dispositifs scellés au sol à une interdiction déguisée au regard des obstacles attenants à nos dispositifs. En effet les baisser aboutirait au masquage d'une partie du visuel et les messages ne seraient plus visibles en totalité (cf photos ci -après).



Nous vous proposons en conséquence de maintenir la hauteur légale fixée par le code de l'environnement tant en matière de panneaux muraux que scellés ou installés sur le sol soit 6 mètres.

Concernant la marge de recul par rapport au domaine public

Nous attirons votre attention sur la manifeste illégalité de la disposition suivante.

Le projet prévoit le respect d'une marge de recul par rapport au domaine public.

Le recul par rapport aux voies ouvertes à la circulation publique ne concerne pas la limite séparant la propriété privée de la voie publique (CE, 10 déc. 1993, n° 119477 - CE, 14 déc. 1998, n° 145279).

L'exigence d'un recul par rapport aux voies publiques porterait une atteinte excessive à la liberté de l'affichage, la limite entre propriété privée et domaine public ne constitue pas une "limite séparative

de propriété" il en résulte que les portatifs publicitaires n'ont pas à respecter un recul par rapport au domaine public.

C'est ce que confirme le Ministère de l'environnement dans le Guide pratique « Règlements sur la publicité extérieure » (cf page 37) « L'implantation d'un dispositif scellé au sol « ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-33, 2ème alinéa). Cette règle, dite de prospect, connue sous le nom de « H/2 » s'applique à un dispositif publicitaire installé sur une unité foncière ou sur le domaine public par rapport à l'unité foncière riveraine. **En revanche, elle ne s'applique pas lorsque le dispositif publicitaire est installé sur une unité foncière par rapport aux voies ouvertes à la circulation publique ».**

Il en résulte qu'une règle prévoyant dans un RLPI un recul par rapport à la voie publique est manifestement illégale.

Nous vous demandons en conséquence de ne pas maintenir une telle disposition.

Nonobstant son illégalité le fait d'exiger l'implantation d'un dispositif à 1m de recul par rapport à la voie publique nécessiterait de refaire les scellements d'installation, parfois pour 20 cm. Nous attirons votre attention sur l'impact écologique de tels travaux.

Les effets du projet

En l'état, et après étude de l'impact des règles prévues par le projet nous serions contraints de déposer 18 mobiliers, seuls 2 seraient maintenus en l'état, et 18 devraient faire l'objet de modifications conséquentes (format etc ...).

Le projet de RLPI s'il était maintenu mettrait en péril notre activité, nos emplois, nos rapports avec nos bailleurs (baisse de revenus) sur le secteur d'Annemasse Agglomération.

Notre activité est un symbole de dynamisme économique du secteur et le projet de RLPI s'il était maintenu aurait des conséquences en termes de perte de chiffre d'affaire non seulement pour notre société mais également pour nos clients.

Nous restons attentifs à la détermination du zonage et aux prescriptions associées à chacune des zones envisagées.

Nous vous prions d'agréer Madame Monsieur le Président, l'expression de nos salutations distinguées.

Directrice d'agence Girod Médias

2020/A/2
AF

JCDecaux

Communication
Extérieure

Monsieur Christian DUPESSEY
Président d'ANNEMASSE – Les Voirons Agglomération
11 avenue Emile ZOLA
BP 225
74105 – ANNEMASSE CEDEX

Saint Priest, le 30 décembre 2019

Ref : PC/VC – 51/19

Objet : Contribution à l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) d'Annemasse Agglomération

Lettre recommandée avec accusé de réception n° 1A 167 878 0316 1 envoi anticipé par mail à rlpi@annemasse-agglo.fr

Monsieur le Président,

En qualité de titulaire du contrat de concession de services relatif à la « mise à disposition, installation, maintenance, entretien et exploitation commerciale de mobilier urbain d'information pour les communes et d'abris voyageurs pour le réseau des transports urbains de l'agglomération annemassienne, publicitaire et non publicitaire », contrat nous ayant été notifié le 22 mars dernier, la Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) d'Annemasse Agglo.

En effet, faisant suite à la réunion du 4 décembre dernier réunissant les professionnels de l'affichage publicitaire et des enseignes et à la transmission du projet de règlement et de zonage ainsi présenté, nous souhaitons ce jour porter à votre connaissance quelques observations sur ses orientations et plus particulièrement sur les règles relatives au mobilier urbain.

En effet, comme indiqué à l'occasion d'échanges en réunion, il a été rappelé que le mobilier urbain dispose d'un statut particulier car il participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-voyageurs – *article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, service public de l'information* pour les mobiliers d'information locale - *CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606*) et que les droits d'exploitation publicitaire sur mobiliers urbains permettent de financer des services rendus.

Aussi, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité concernée** via un contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du futur RLPi les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur votre territoire.

JCDecaux France
Siège Social : 17, rue Soyier - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
Dir. Rég. Rhône Alpes : 2 rue de Savoie - BP 615 - 69804 Saint Priest Cedex - France
Tél. : +33 (0)4 72 47 60 80 - Fax : +33 (0)1 30 79 17 41
www.jcdecaux.com

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 549,69 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Argentine
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Hongrie
Inde
Irlande
Islande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Norvège
Oman
Ouganda
Ouzbékistan
Panama
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Russie
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Swaziland
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous approuvons la démarche d'Annemasse Agglo visant à maintenir le mobilier urbain publicitaire sous le régime prévu par la Réglementation nationale de publicité (articles R.581-42 à R.581-47, du Code de l'environnement) dans le futur projet de RLPi (*voir en ce sens page 110 du rapport de présentation*) :

Dans l'ensemble des zones de publicité (excepté en ZPIa), les publicités et préenseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain demeurent soumises à la réglementation nationale, notamment les articles R 581-42 à 47 du code de l'environnement, excepté la plage d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures à laquelle elles seront soumises. Ceci dans le but de faire des économies d'énergie et limiter la pollution nocturne.

Aussi et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur RLPi d'Annemasse Agglo, nous préconisons d'affirmer expressément cette position au sein du futur règlement et d'y insérer un article général portant sur le mobilier urbain publicitaire pouvant être rédigé comme suit :

« Article ... : Publicité sur mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain, y compris numérique, est autorisée sous réserve des dispositions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement ».

Toutefois, nous relevons au sein du projet transmis le souhait de la collectivité de soumettre lesdits mobiliers urbains à l'**extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures** (articles 10, 16 et 22 du projet de règlement).

Sur ce point, nous souhaitons rappeler d'une part, que les dispositions du récent contrat de concession susvisé ont prévu une extinction des mobiliers urbains entre **1 heure et 6 heures** (article 2.D.5- « *Alimentation électrique* » dudit contrat), conditions qui ne peuvent, à date, être modifiées pour des raisons d'équilibre économique.

D'autre part, dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse à la publicité apposée sur mobilier urbain.

Enfin, les juges ont considéré que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « *d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations* » (CE, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

Aussi, parce que soucieux de respecter nos engagements contractuels et volontaires dans l'accompagnement des communes dans la transition écologique et la réduction des dépenses énergétiques, nous préconisons de prévoir au sein du futur RLPi une extinction des publicités lumineuses supportées par les mobiliers urbains de **1 heure à 6 heures**.

Enfin, s'agissant de la volonté de la collectivité de lever en ZP1b l'interdiction relative de publicité qui sera applicable dans le futur Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Bonne (article 5 du projet de règlement), nous relevons au sein du rapport de présentation (page 109) que la « *Commune de Bonne a demandé la création d'un site patrimonial remarquable* » et que « *le RLPi a fait le choix de traiter ce secteur comme si la protection était en vigueur* ».

JCDecaux

Toutefois, nous profitons de la présente pour souligner qu'il demeurera indispensable de procéder aux dérogations à l'interdiction de publicité **de manière postérieure à l'établissement du nouveau secteur en cause.**

A défaut, la levée de l'interdiction relative de publicité ne pourra être effective et une révision du RLPi sera requise en vue de répondre à la volonté de la Commune et sécuriser le parc de mobilier urbain publicitaire Bonnois éventuellement présent dans ces secteurs.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Président, nos salutations distinguées.

Pascal CHOPIN
Directeur Régional

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'P. Chopin', is written over a diagonal line that extends from the left margin towards the right.

Observation n°11 reçue par mail le mardi 11 février 2020 (version anonymisée)

Bonjour,

Je vous transmets 2 idées pour le règlement local de publicité que Mme X est venue me transmettre hier :

- interdire les panneaux publicitaires aux alentours des écoles (périmètre de 500m)
- restreindre la publicité qu'aux entreprises locales (rayon 50 km)

Observation n°12 reçue par mail le jeudi 5 mars 2020 (version anonymisée)

Bonjour madame, bonjour monsieur,

Je me permets de vous envoyer ce message, parce que j'ai vu dans le journal des villamagnains que l'on pouvait donner son avis sur les dispositifs publicitaires de l'agglomération.

Cela tombe bien car justement je cherchais à savoir comment exprimer mon indignation : je trouve en effet très choquant qu'on puisse installer des panneaux publicitaires animés qui consomment énormément d'énergie alors que l'on sait tous qu'il faut réduire notre consommation d'électricité. Je prends tous les jours la route de Thonon pour me rendre au travail et je vois ce nouveau panneau, vers le Feu vert. J'aimerais savoir qui peut donner une autorisation pour ce genre d'installation et ce que l'on peut faire pour éviter que cela fleurisse dans notre agglomération.

En plus du contresens écologique que cela représente, je trouve ce panneau dangereux car il attire particulièrement l'attention des automobilistes, par sa luminosité et l'aspect mobile des publicités.

Je vous remercie par avance du temps que vous avez accordé à mon message et du temps que vous prendrez pour y répondre.

Belle journée à vous,

Observation n°13 reçue par mail le jeudi 7 mai 2020

Paysages de France

Association agréée dans le cadre national au titre des articles L141-1 et suivants du Code de l'environnement et agréée par le Ministère de la Justice au titre de l'article 54-1 de la loi n°71-1130 du 31 décembre 1971

Siret N°40861385900029

Siège national :

5 place Bir-Hakeim
38000 GRENOBLE

Demandeur :

Jean-Marie Delalande, vice-président

jm.delalande@paysagesdefrance.org

Madame, Monsieur,

J'ai le plaisir de vous adresser en pièce jointe les observations de l'association Paysages de France suite à l'arrêt du RLPi d'Annemasse Agglo.

Je vous remercie de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.



**Paysages
de France**

Jean-Marie Delalande
vice-président

02 46 65 57 29

02 47 96 40 14

06 51 47 89 51



**Paysages
de France**

Association agréée
dans le cadre national
au titre des articles
L.141-1, R.141-2 à R.141-20
du Code de l'environnement
et agréée par le ministère
de la Justice au titre
de l'article 54,1°
de la loi n° 71-1130
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas †,
artiste-peintre
- Gilbert Durand †,
philosophe
- Alain Finkielkraut,
philosophe, membre
de l'Académie française
- Albert Jacquard †,
généticien
- Louédin,
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,
sociologue
- François Morel,
artiste
- Edgar Morin,
sociologue
- Hubert Reeves,
astrophysicien

Projet de RLPi de Annemasse Agglo (74) Observations de l'association Paysages de France

6 mai 2020

Préambule

À l'instar de la crise sanitaire mondiale que nous traversons, considérée par des scientifiques de premier plan comme une conséquence probable de l'activité humaine sur la biodiversité, les événements climatiques extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans...) se multiplient du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre.

Économies basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant n'attend qu'une étincelle pour déclencher de nouvelles crises aux conséquences bien plus dramatiques encore puisque c'est la vie sur Terre qui est en jeu.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale.

Or la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public.

A l'échelle de notre pays, les collectivités locales ont, au travers des règlements locaux de publicité, une responsabilité cruciale dans la transition écologique. Elles ne pourront s'exonérer de cette responsabilité, chaque acteur, à quelque niveau qu'il soit, se devant d'accompagner les mesures nationales qu'il convient de mettre en place. (Les 150 citoyens de la Convention pour le Climat proposent d'ailleurs l'interdiction de la publicité pour les produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre, voire, l'interdiction des panneaux publicitaires « dans les espaces publics extérieurs » !)

Les règlements locaux de publicité doivent donc, en plus de sauvegarder ou de nous permettre de retrouver nos paysages, limiter au maximum les effets négatifs des publicités et enseignes, en réduisant drastiquement leur place dans notre environnement.

Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget local ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 GRENOBLE
Tél 04 76 03 23 75 Tcp 08 97 10 20 23 contact@paysagesdefrance.org

PRINCIPES GÉNÉRAUX

Quelques avancées, compromises par des mesures préjudiciables pour l'environnement

Si l'on peut noter quelques mesures positives comme l'interdiction des publicités et des enseignes, la réglementation des enseignes scellées au sol de moins de 1 m² ou encore une règle d'extinction, il n'en reste pas moins que ces mesures sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des panneaux muraux et scellées au sol de grand format, des publicités et enseignes numériques et enfin des publicités de taille maximum sur le mobilier urbain, y compris numériques dans toutes les zones de publicité !

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

- **la transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés
- **la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage**, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.
- **la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.**

Préconisation de Paysages de France :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique
- Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs
- Limiter au maximum les lumineux

Assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement

La protection du cadre de vie, celle de l'environnement en général – devenue vitale pour l'avenir de la planète et qui commande de réduire au maximum la place de la publicité extérieure – peuvent faciliter au demeurant une avancée décisive sur un tout autre plan.

Il est en effet un droit sacro-saint, celui de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier d'un même degré de protection de leur cadre de vie.

Or prendre pour critère hiérarchisant la qualité supposée des lieux conduit inéluctablement à aggraver la situation dans certains des quartiers les moins bien lotis de ce point de vue et donc à favoriser les inégalités au lieu de les réduire.

La mise en place d'un RLP selon cette logique ferait alors de la collectivité elle-même celle qui déciderait d'organiser la mise en place de mesures allant très exactement à l'encontre du principe d'équité.

Ainsi, il est proposé pour la ZP2 d'interdire la publicité scellée au sol et de limiter la publicité murale à 4 m², alors qu'en ZP3 seraient autorisés des panneaux de 10.5 m² aussi bien muraux que scellés au sol.

Préconisation de Paysages de France :

Afin que le principe d'égalité soit respecté au mieux et que les écarts éventuels entre les différentes zones soient réduits au maximum, Paysages de France propose :

- qu'un format unique de 4 m² maximum soit appliqué sur l'ensemble des secteurs où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE) ;
- que la publicité scellée au sol soit proscrite là où le règlement national de publicité (RNP) l'autorise, à tout le moins qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m² ni 2 m de hauteur.

Déconstruction des mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés.

La dérogation à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, doit à l'évidence n'être envisagée que comme une mesure d'exception, conduite avec le plus grand discernement, c'est-à-dire en limitant au maximum le nombre de dispositifs et en recourant à des formats les plus réduits et les moins pénalisants possibles pour l'environnement.

Or, le secteur patrimonial de Bonne (ZP1b) pourrait accueillir de la publicité sur palissades de chantier au format de 8 m². Pire, le mobilier urbain pourrait y être au format maximum de 12 m² !

Préconisation de Paysages de France :

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8.

En cas de maintien de dérogations, il conviendrait à tout le moins d'exclure les dispositifs défilants et de limiter la surface des publicités sur le mobilier urbain à 2 m² au grand maximum.

Protéger la collectivité contre de nouvelles formes de publicités

De nouvelles formes de publicité risquent d'apparaître dans les années prochaines (publicité au sol, sonore, sur ballon captif...). La collectivité doit se prémunir dès maintenant contre ces dispositifs.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire toutes les formes de publicités non explicitement citées dans le règlement.

PUBLICITÉS

Publicités scellées au sol et sur mur : des formats incompatibles avec une protection de l'environnement

Le projet prévoit d'autoriser des panneaux de 10,5 m² aussi bien muraux que scellés au sol en ZP3 et ZP4.

Mesure à rapprocher de l'orientation 2 du projet : « Réduire la densité publicitaire et le format publicitaire » et de l'orientation 3 : « Limiter l'impact des publicités et préenseignes scellées au sol »

Comment peut-il être possible d'atteindre ces objectifs en acceptant l'installation de panneaux muraux et scellés au sol de 10,5 m² ?

Une surface de 10,5 m², c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. **S'y conformer localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens.** Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'**une réduction à 4 m² n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre**, rien ne peut justifier une taille de 10,5 m², hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.

Le format de 10,5 m² est très proche du maximum autorisé par le Code de l'environnement (les fameux 4 X 3). Or, ces panneaux sont devenus le symbole tristement célèbre de la laideur, des nuisances et de la pollution engendrées par l'affichage publicitaire.

Ainsi, non seulement le cadre de vie et l'environnement des habitants serait gravement affecté par cette pollution, mais les axes principaux, très parcourus quotidiennement, qui constituent donc les paysages les plus vus et qui, partant, sont l'une des vitrines d'Annemasse et de 5 communes contigües, seraient littéralement livrés aux afficheurs. Cela alors même qu'ils devraient, par excellence, faire l'objet de toute l'attention et du traitement approprié que méritent les axes majeurs, comme c'est le cas dans nombre de RLP.

Les publicités de plus petit format (4 m²) sont, chacun peut le constater, tout à fait visibles et lisibles dans les communes de moins de 10 000 habitants. Elles ne sont de plus, dans ces communes, qu'apposées sur des murs. Pourquoi seraient-elles moins lisibles dans une ville comme Annemasse, alors que les véhicules (et les piétons) y circulent à la même vitesse ? Le grand format de 10,5 m² n'a comme seule utilité que de gonfler le chiffre d'affaire des afficheurs (et accessoirement d'accroître le matraquage publicitaire), avec de désastreux effets sur les paysages.

Préconisation de Paysages de France :

limiter à 4 m² la publicité murale en ZP3 et ZP4.

Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en ZP4, limitée à 2 m².

Publicité numérique : un très mauvais exemple

Le projet autorise la publicité numérique **au format maximum autorisé par le Code de l'environnement** en ZP4. Ainsi l'orientation 4 « *Limiter l'impact des publicités et préenseignes lumineuses (notamment numériques)* » se trouve complètement dénaturée par cette mesure.

Or, les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, font partie des dispositifs qui, outre leur effet de banalisation, ont le plus fort impact sur leur environnement ;

L'effet perturbateur de ces derniers sur l'ambiance paysagère d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent ;

Des enjeux environnementaux et sociétaux majeurs sont également en cause, tels la protection du ciel nocturne, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique, la surconsommation et le gaspillage des ressources de la planète, la mise en difficulté de certaines catégories de personnes au faible pouvoir d'achat (Incitation continue, et par toutes sortes de procédés, à acheter et consommer).

Alors que, partout, l'ordre du jour est à la réduction de l'éclairage public et alors que, nous répète-t-on jour après jour, la « planète brûle », installer massivement des publicités lumineuses va très exactement à l'encontre des mesures que les collectivités se doivent aujourd'hui de prendre dans le cadre de la transition écologique et de tout ce qu'il convient de faire en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Comment demander aux citoyens d'agir au quotidien par de multiples gestes et d'accepter les contraintes qu'impose l'urgence écologique, si, dans le même temps, la collectivité donne un contre-exemple de ce qu'il convient en toute logique de faire ?

Il apparaît donc indispensable, en vue de pallier les conséquences environnementales de ce grave défaut de conseil de la part du bureau d'études, de reprendre la réflexion et d'étudier quelles mesures raisonnables pourraient être prises dans le cadre du RLP.

Plus grave, on pourrait trouver de la publicité numérique dans les communes d'Annemasse et Gaillard (communes de plus de 10 000 habitants) **au format maximum autorisé par le Code de l'environnement sur le mobilier urbain en ZP2, ZP3 et ZP4.**

Autant dire que les habitants de ces 2 communes pourraient avoir à subir des panneaux de grand format (8 m²), numériques, sur les trottoirs, alors que Paris a limité à 2 m² ces panneaux avec interdiction du numérique !

Préconisation de Paysages de France :

Interdire la publicité numérique, y compris sur le mobilier urbain, sauf éventuellement en ZP4, limitée à 1 m², dans les communes d'Annemasse et Gaillard.

Bâches de chantier : pollution à grande échelle

Pour les bâches de chantier, le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité. Ces dispositifs gigantesques, visibles de très loin et systématiquement éclairés, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.

Aucune indication n'est donnée dans le RLP, laissant ainsi la porte ouverte à ces dispositifs publicitaires hors normes.

Concernant les bâches publicitaires, l'article 18 doit être corrigé (remplacer ZP3 par ZP4)

Préconisation de Paysages de France :

limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier.

Corriger l'article 18.

Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans le « cœur historique », la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Annemasse Agglo en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

Une absence de réglementation lourde de conséquences

Les publicités sur mobilier urbain doivent être éteintes de 23 h à 6 h.

Malheureusement, aucune autre règle ne viendrait limiter la nocivité des dispositifs.

Ainsi :

- **pas d'interdiction du numérique** (donc autorisé pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants)
- **pas de limite de surface**, donc possibilité d'installer des panneaux de 12 m² réduisant à néant l'orientation 3 « *Limiter l'impact des publicités et préenseignes scellées au sol* », et ce **dans toutes les zones agglomérées** (sauf la ZP1a)
- aucune règle de densité pour le mobilier urbain d'information.

Les communes pourraient donc installer du mobilier urbain de 12 m² sur les trottoirs, en « limitant » (au minimum) la surface des publicités sur le domaine privé. L'agglomération donnerait ainsi un très mauvais exemple en polluant encore plus l'espace public que le domaine privé !

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement.

Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

L' article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « *Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.* »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs.

Préconisation de Paysages de France :

Limiter le mobilier urbain à 2 m² maximum.

Interdire le numérique.

Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face.

Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

ENSEIGNES

Des enseignes sur façade démesurées

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes »

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m² !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle concernant la ZP4 ainsi qu'en zone d'activités de la Menoge à Bonne et celle des Vouards à Saint-Cergues, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Préconisation de Paysages de France :

Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m²

Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²

Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que « *Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.* »

Dès lors que l'activité en question ne s'y exerce plus (entre la fermeture et l'ouverture de l'établissement), l'enseigne n'a plus de raison d'être. Ce raisonnement prend toute sa force avec les enseignes lumineuses qui sont ainsi détournées de leur usage initial à des fins publicitaires.

La règle d'extinction proposée (23 h – 7 h) est intéressante puisqu'alignée sur cette des publicités, cependant elle ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à **aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.**

Préconisation de Paysages de France :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

Les enseignes numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'elles soient murales ou au sol, sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement. Leur effet sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (flashes) intermittents tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, est considérable. Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel. »

Ils aggravent en outre, et cela de façon très importante, la pollution du ciel nocturne. Ce sont également, de très loin, les dispositifs les plus accidentogènes. Ils sont enfin une cause de gaspillage énergétique d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent désormais le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales.

Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire les enseignes numériques.

Le RLPi autorise des enseignes numériques de 8 m² pour la ZP4, qui créeront une véritable pollution visuelle (surtout si elles restent allumées jusqu'à 23 h).

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes numériques.

Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.

- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

La limitation à 6 m² est nettement insuffisante pour contrer les effets négatifs de ces dispositifs.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

Jean Marie DELALANDE
Vice-président de Paysages de France

6 mai 2020

Observation n°14 reçue par mail le lundi 28 septembre 2020

Bonjour,

Afin de nourrir la réflexion actuellement menée par votre collectivité, j'ai le plaisir de vous adresser en pièce jointe le document élaboré par Paysages de France "Le RLPi, un enjeu environnemental majeur".

Restant à votre disposition pour toute information.



Le RLP(i) Un enjeu environnemental majeur

Le paysage n'est pas une question secondaire

Composante majeure du « patrimoine commun de la nation » (loi du 2 février 1995)

Le paysage est une composante majeure du « patrimoine commun de la nation » (Loi n° 95-101 du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement, dite loi Barnier.)

« Élément essentiel du bien-être individuel et social » (Convention européenne du paysage)

Il est également un « Élément essentiel du bien-être individuel et social » (Convention européenne du paysage du 20 octobre 2000, ratifiée par la France le 13 octobre 2005 et entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2006)

Il appartient donc aux maires et présidents d'intercommunalité ainsi que, d'une manière générale, aux élus territoriaux, d'exercer leur pouvoir pour que le paysage, fasse l'objet de toute l'attention qu'il mérite.

Un enjeu qui dépasse de loin la seule question du « cadre de vie » et du paysage urbain

L'enjeu d'un RLP(i) dépasse de très loin celui du cadre de vie et du paysage mais représente donc également :

- **Un enjeu social et sociétal** (voir ci-dessus, page 1 et ci-dessous, page 3),
- **Et, plus que jamais aujourd'hui, un enjeu environnemental majeur** (voir ci-dessous).

Enjeux environnementaux :

Une telle démarche ne peut désormais faire abstraction d'autres enjeux environnementaux¹, cruciaux et urgents, tels que :

- **La transition écologique, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique, autrement dit « l'urgence écologique »** – qui nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés ;



- La lutte contre **l'incitation perpétuelle à la consommation et au gaspillage**, devenue **l'un des accélérateurs majeurs de la crise écologique planétaire**.

Exigence de cohérence : une collectivité ne peut prétendre en effet participer à ce « combat » essentiel et inciter les populations à se mobiliser dans ce sens tout en décidant d'installer sur le domaine public et les trottoirs, des dizaines voire des centaines de dispositifs publicitaires qui non seulement aggravent le gaspillage énergétique, mais qui sont un appel continu à consommer (fonction même de la publicité).

Personne ne peut nier, à commencer par les publicitaires, que l'objet même de la publicité commerciale telle qu'elle s'expose dans l'espace public n'a d'autre objet que d'inciter en permanence les populations à acheter et à consommer.

Or plus personne n'ignore aujourd'hui que cette perpétuelle et omniprésente incitation, ce « harcèlement publicitaire » jusque sur les voies publiques, constituent l'un des facteurs aggravants et un accélérateur majeur des catastrophes sanitaires et environnementales qui affectent les populations, minent la planète et détruisent le climat. En témoignent par exemple le drame planétaire que représente le « 7^e Continent », formé par un amoncellement exponentiel de déchets, ainsi que la contamination de la chaîne alimentaire par les nanoplastiques, contamination qui selon le rapport parlementaire alarmant rendu le 4 décembre 2019 par la mission sur les perturbateurs endocriniens présents dans les plastiques², est un « enjeu majeur de santé publique »

Il en résulte que la logique consistant à faire du domaine public et des voies publiques (trottoirs notamment)³ des lieux où peut se déployer massivement la publicité⁴ – cela allant parfois jusqu'à la déconstruction des protections instaurées par le Code de l'environnement⁵ – va très exactement à l'encontre de tout ce qu'une collectivité se doit, à l'évidence, de faire en matière d'environnement.

Il convient donc que, précisément sur les lieux relevant directement de leur responsabilité, les collectivités se montrent exemplaires (voir également *infra*, pages 7 et 11).

¹ Autres que ceux relatifs au paysage, au cadre de vie et au patrimoine.

² « Le Monde » du 5 décembre 2019. Rapporteuses : Claire Pilollat (LReM) et Laurianne Rossi (LReM).

³ Lieux qui relèvent directement de la responsabilité de la collectivité et qui sont les plus exposés.

⁴ Publicité dite sur mobilier urbain.

Enjeu social

Ne pas faire du RLP(i) l'instrument d'une logique perverse et antisociale

Le principe du zonage tel qu'il est systématiquement proposé par les cabinets d'études et le plus généralement adopté a pour effet **d'accentuer les disparités entre quartiers**, les moins favorisés se voyant infliger une double peine. Cela alors même qu'il convient de réduire ces disparités.

C'est donc, au lieu de considérer que **tous les habitants d'un même territoire ont a minima le droit « sacré » de bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie**, leur appliquer des règles discriminatoires.

La mise en place d'un RLP(i) selon cette logique fait que c'est alors la collectivité elle-même qui décide d'organiser la mise en place de mesures discriminatoires et de bafouer le principe d'équité.

Il est donc temps de remettre également en cause cette logique antisociale et archaïque.

Paysage : changer de « logiciel »

La « doctrine » consistant à considérer que l'on peut polluer davantage les lieux déjà dégradés ou considérés comme de faible intérêt paysager ou patrimonial⁶ s'inscrit dans une approche très traditionnelle – pour ne pas dire archaïque – de la gestion du territoire, telle qu'elle prévaut depuis le XIX^e siècle.

Elle continue pourtant à être véhiculée, sans la moindre remise en question, par la plupart des bureaux d'études et autres cabinets « conseil » missionnés à grands frais par les collectivités et payés avec l'argent des contribuables.

Et à être entérinée dans certains RLP(i).

C'est cette logique "perverse" qui explique l'extrême dégradation, le chaos visuel qui caractérisent notamment des pans entiers des périphéries et abords des centralités urbaines et qui justifie l'expression « *France moche* », qui a fait florès dans les médias français et étrangers, ou de formules « choc » aussi fortes que celles d'un Michel Serres, de l'Académie française, (« *coups de poing atroces* », « *abomination* ») ou d'un Philippe Val (« *une lèpre, une teigne, une vérole, une horrible furonculose, une peste.* »)

C'est donc très exactement la logique inverse qu'il convient de défendre : **ces lieux doivent bénéficier de mesures fortes de dépollution et de réhabilitation**.

⁶ Dont les axes commerciaux, zones commerciales et abords de ces dernières.

Enjeux économiques : en finir avec les grossières contrevérités véhiculées notamment par les afficheurs

Les afficheurs ne cessent de répéter à satiété que la publicité dope l'économie, que c'est le carburant de la croissance et donc de l'emploi, etc., etc. Et chacun d'entonner ce refrain, sans jamais se demander au demeurant si ce slogan "primaire" repose sur le moindre fondement.

Or il s'agit bel et bien et en même temps d'une grossière contrevérité et d'une manipulation.

En réalité, la publicité ne « sert » pour l'essentiel qu'à permettre aux plus « gros »⁷ de se livrer une bataille permanente acharnée pour occuper le devant de la scène⁸ et ne pas se laisser déborder par leurs concurrents, voire pour les dévorer. Michel Serres encore parle à ce sujet de « **crocodiles qui se dévorent entre eux** ».

De fait, **la publicité nuit gravement à l'économie.**

Les pays d'Europe les plus prospères (sur le plan économique) sont ceux où l'affichage publicitaire est très peu présent, voire inexistant.

Les pays les plus prospères sont précisément ceux où il y a le moins de publicité dite extérieure (pays nordiques, par exemple ; Pays-Bas ; Confédération helvétique).

La prolifération de l'affichage dans le paysage n'est donc pas seulement une « lèpre » ou une « horrible furonculose », c'est tout simplement, le plus souvent, **un signe de misère, d'échec économique et sociétal.**

On pourrait même en déduire la règle suivante : **la prospérité d'un pays⁹ est inversement proportionnelle au matraquage publicitaire qu'on inflige au paysage** (espace public).

Une machine à éradiquer les commerces de proximité et à détruire l'emploi

Le constat est désormais unanime : la publicité extérieure est essentiellement monopolisée par la grande distribution qui cherche à drainer l'ensemble des consommateurs et à siphonner les clients des commerçants indépendants grâce à des prix d'appel cassés (exemple : la campagne de décembre 2018 de Leclerc, Carrefour, Intermarché, Casino, sur le prix des carburants).

En finir avec les faux-semblants et les effets d'annonce trompeurs ou mensongers

La vérité sur le format dit de 8m²

Il ne faut pas faire semblant et surtout ne pas laisser croire que l'on améliore la situation lorsqu'on passe de 12 m² maximum à 8 m² maximum¹⁰ et donc tromper les médias, les citoyens et les élus. C'est pourtant ce que tentent de faire croire la quasi-totalité des bureaux d'études, auxquels font confiance les élus et sur lesquels ils se reposent faute de pouvoir eux-mêmes consacrer le temps nécessaire pour mesurer tous les enjeux et prendre connaissance des arcanes d'une réglementation nationale en effet extrêmement complexe et même labyrinthique.

En vérité, le format 8 m², notamment s'agissant des panneaux scellés au sol, change d'autant moins la donne que ces derniers sont systématiquement :

- Éclairés ;
- Mobiles (affiches défilantes) et donc motorisés ;
- Ou, s'agissant des publicités numériques, ont un impact décuplé et sont d'une agressivité sans pareil (argument majeur de vente des fabricants et des afficheurs).

Le 8m² est d'ailleurs désormais le format auquel recourent les afficheurs pour des raisons techniques (format approprié pour les panneaux défilants et motorisés) ou réglementaires (publicité numérique dont la surface maximale est de 8 m²).

Prétendre que le passage à un format de 8 m² est une amélioration est donc une pure et simple contrevérité.

Autre contrevérité ressassée : la nouvelle réglementation issue du Grenelle serait plus protectrice de l'environnement et du cadre de vie

Les bureaux d'études et les afficheurs ne cessent de présenter la nouvelle réglementation nationale comme plus restrictive, plus protectrice de l'environnement et du cadre de vie.

C'est en grande partie une manipulation et une tromperie :

La prétendue réduction des formats maximums est, globalement, une illusion, un trompe-l'œil, un tour de passe-passe.

Dans toutes communes de plus de 10 000 habitants et même dans de très nombreuses communes de moins de 10 000 habitants¹¹, des panneaux aussi grands qu'avant (12 m²) ou à peine plus petits mais infiniment plus agressifs (8m² numériques)

¹⁰ Surface que les afficheurs s'efforcent de faire définir dans les règlements comme se calculant hors cadre du

peuvent être déployés, notamment ces véritables constructions que sont les publicités scellées au sol de 6 m de hauteur, motorisées et lumineuses.

Il ne faut pas oublier que la réduction en question a consisté, pour cette catégorie de publicités (et donc hors bâches publicitaires), à passer de 16 m² à 12 m². Le *hic*, c'est que les afficheurs n'ont quasiment jamais utilisé le format de 16 m²...

Ne pas confondre les conséquences du Grenelle avec l'effet annoncé du RLP(i)

Trop souvent également on annonce que le futur RLP(i) améliorera sur tel ou tel point la situation alors même que ces améliorations découlent tout simplement de l'application des quelques nouvelles mesures positives issues du Grenelle (loi du 12 juillet 2010 et du décret du 30 janvier 2012).

Se prévaloir, dans le cadre de la démarche RLP(i), de tels changements est tout simplement une tromperie.

Ne pas confondre l'application de la réglementation en vigueur avec l'effet annoncé du RLP(i)

Trop souvent encore, la comparaison entre la situation future (après RLP-i) et la situation actuelle (avant RLP-i) est totalement faussée dans la mesure où l'on ne tient pas clairement compte du fait que de nombreux ou très nombreux dispositifs sont déjà installés en violation du Code de l'environnement ou du RLP(i) en vigueur (lorsqu'il y en a un).

En finir avec un « charcutage » du territoire au profit d'un lobby

Il est temps également de sortir d'une logique qui fait que les RLP(i) sont manifestement et très fortement inspirés (sinon exigés !) par les afficheurs et donc, le plus souvent, taillés sur mesure pour ces derniers¹².

Ce n'est pas aux afficheurs de déterminer :

- Quelle doit être l'utilisation de l'espace public ;
- Quels sont les secteurs qui doivent leur revenir d'emblée et qu'il faut leur aliéner ;
- Quels secteurs peuvent être pollués ou davantage pollués que d'autres ;
- Et donc quels citoyens doivent être considérés comme « de seconde zone ».

C'est donc aux élus de gérer cet espace public sans se laisser impressionner ou manipuler par des groupes de pression dont chacun sait à quel point ils sont entreprenants, forts des moyens humains, financiers et relationnels dont ils disposent.



Collectivités : se faire de l'argent en polluant ?

L'un des principaux arguments avancés par la plupart des élus pour justifier le déploiement de la publicité dans l'espace public, aussi bien sur le domaine privé, que sur le domaine public, et, notamment, sur les voies publiques que sont les trottoirs (publicité sur mobilier urbain), est l'argument financier.

Il existe en effet une taxe locale sur la publicité et les enseignes (TLPE).

En outre, les collectivités peuvent installer de la publicité sur le domaine public et signer un contrat avec un ou plusieurs afficheurs comme n'importe quel particulier ou personne morale qui loue un mur d'un bâtiment qui lui appartient ou un emplacement dans son jardin.

Enfin, les contrats de mobilier urbain peuvent faire également l'objet de redevances financières.

En outre, concernant la publicité sur mobilier urbain, est mis en avant le « *service rendu* ». Il s'agit par exemple de l'information des collectivités (photo ci-contre), la mise à disposition d'abris pour voyageurs et l'entretien de ces derniers, la mise en place et la gestion de stations de vélos en « libre-service » dans le cadre de contrats de publicité avec un afficheur.

Ces arguments sont bien sûr constamment mis en avant par les afficheurs lors des réunions RLP(i) et dans le cadre de leur communication auprès des collectivités.

Notre réponse :

- Le principe consistant à considérer que **polluer l'environnement peut être une source de financement** est profondément pervers et malsain : la vocation d'une collectivité ne peut être de se financer en organisant la pollution de l'espace public ;
- **Problème de cohérence** : consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent ;
- C'est également omettre le **coût pour la collectivité des dégâts environnementaux, sociaux et sociétaux induits par ce surcroît de publicité**, cette dernière s'ajoutant aux autres formes de publicité.

Écrans numérique (publicités et enseignes) : enjeu majeur

(Voir également fiche en annexe)

L'impact des écrans numériques sur l'ambiance paysagère des lieux où ils sont installés est considérable (voir fiche).

Ils aggravent dans des proportions considérables la pollution du ciel nocturne.

Ils captent quasi irrésistiblement l'attention des usagers des voies publiques, et, de ce fait, mettent en danger la sécurité des personnes.

Ils sont un symbole du gaspillage énergétique.

Publicité numérique

Rappel de la réglementation :

- Elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.
- Dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants, la publicité numérique est donc admise, même dans des communes comptant un nombre très faible d'habitants.
- La surface maximale d'une publicité numérique est de 8 m².

Contexte :

Les afficheurs cherchent par tous les moyens à l'imposer partout et cela en mettant en avant des arguments fallacieux et trompeurs.

Enseignes numériques (très important)

Rappel de la réglementation :

- Elles sont autorisées en tout lieu, y compris donc hors agglomération, en pleine campagne, dans les parcs naturels régionaux, etc.
- La surface des enseignes numériques est soumise aux mêmes règles que celles applicables aux autres enseignes.

Ce type d'enseigne a donc tendance à se développer à vive allure.

Ce type d'enseigne a donc tendance à se développer à vive allure.

La mise en place d'un RLP(i) est le seul outil permettant de réduire drastiquement ou d'interdire les dispositifs numériques.

À défaut de mesures prises dans ce cadre, ce type de dispositif va coloniser notre environnement.

Bureaux d'études : danger

Sur la méthode de travail (exemples : AMO Melacca et consorts, Even conseil, Alkhos, Citadia, Go pub...).

La quasi-totalité des bureaux d'études **éludent systématiquement les questions de fond** évoquées plus haut et se bornent pour l'essentiel à décliner d'un projet à l'autre la même logique et les mêmes recettes toutes faites :

- Dérogation à l'interdiction de la publicité dans les lieux où le RNP l'interdit normalement ;
- Autorisation de la publicité sur les trottoirs, y compris de panneaux scellés au sol de grand format dans certains secteurs et sans même leur appliquer de règles de densité ;
- Autorisation de la publicité numérique et des enseignes numériques ;
- Logique discriminatoire et aggravation des disparités, les quartiers et les lieux considérés par ces bureaux d'études comme d'un intérêt paysager moindre ayant « vocation » à être les plus pollués ;
- Laxisme le long des axes dits « structurants » ou principaux, cela pour le plus grand bénéfice des afficheurs ;
- Élaboration de « rapports de présentation » du type « arbre qui cache la forêt », la masse d'informations données et le recours par certains cabinets d'études à un style ampoulé donnant une image de professionnalisme et de compétence, mais ayant surtout pour effet d'éluider les questions de fond et de focaliser l'attention sur des points techniques et de détail, cela au détriment des solutions de simple bon sens.

Le paradoxe est que ces bureaux d'études organisent la pollution du cadre de vie de ceux (les administrés de la collectivité) qui les paient par le biais de leurs impôts...

Sur la proximité de certains bureaux d'études avec les afficheurs et sur les conflits d'intérêt (Cadre & Cité).

Certains bureaux d'études ont été créés par d'anciens cadres de sociétés d'affichage publicitaire. C'est le cas de Cadre § Cité dont le fondateur est un ancien dirigeant d'Avenir (groupe JCDecaux) et dont le principal collaborateur est également issu de cette entreprise au sein de laquelle il a notamment été, pendant 10 ans, le responsable régional pour la Bretagne de la publicité sur mobilier urbain.

D'autres cabinets d'études sont composés de personnes dont la proximité d'avec les afficheurs est grande et qui intègrent systématiquement les principales demandes de ces derniers dans les projets de RLP(i) (exemple : cabinet AMO Melacca).

Cela va même jusqu'à des situations de conflit d'intérêts. Outre son activité de « conseil » auprès des collectivités pour l'élaboration et la mise en place de RLP(i), le cabinet Cadre § Cité assure en effet la mise place de contrats de mobilier urbain. Or les RLP(i) élaborés par Cadre § Cité privilégient systématiquement la publicité sur mobilier urbain (dérogations dans les lieux d'interdiction, secteurs où seuls sont admises les publicités sur mobilier urbain, formats les plus grands, absence de toute règle de densité, publicité numérique)...



Fiche : dispositifs numériques (enseignes et publicités)

Les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, **sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement.**

Outre leur effet de banalisation du paysage urbain, leur effet perturbateur sur l'ambiance paysagère d'un lieu est extrêmement important.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (*flashes*) intermittents, est considérable et leur effet à grande distance, tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, n'est plus à démontrer.

Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « **impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel.** »

Ils aggravent donc en outre, et cela de façon très importante, la **pollution du ciel nocturne.**

Ce sont également, de très loin, les dispositifs **les plus accidentogènes**¹³.

Ils sont une cause de **gaspillage énergétique** d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent désormais, même lorsque ces dispositifs ont le « statut » d'enseignes, le rôle de



Fiche : la « planète brûle », halte au feu

(responsabilité des collectivités face au défi climatique : le RLP(i), un outil privilégié d'action locale sur une question cruciale)

Certes, un RLP(i) a pour objet de prendre des mesures relatives à « la protection du cadre de vie » (article L581-2 du Code de l'environnement).

Mais est-il concevable, alors que, « **la planète brûle** », de faire abstraction d'enjeux environnementaux aussi cruciaux que l'urgence climatique, la lutte contre le réchauffement climatique et le gaspillage énergétique, cela nonobstant d'autres enjeux tels que la pollution de l'environnement nocturne ou la sécurité des usagers des voies publiques ?



Aujourd'hui, installer ces canons à lumière que sont les publicités lumineuses, et notamment numériques, sur les trottoirs (et ailleurs), **n'est plus raisonnablement acceptable**

Force est de constater que ces sujets pourtant essentiels ne sont même pas effleurés, bien au contraire par les bureaux d'études qui sont censés conseiller nos élus.

C'est ainsi, par exemple, que l'installation de panneaux publicitaires, qui plus est lumineux, sur les trottoirs (dite publicité sur mobilier urbain) et donc sur des espaces relevant

C'est ainsi, par exemple, que l'installation de panneaux publicitaires, qui plus est lumineux, sur les trottoirs (dite publicité sur mobilier urbain) et donc sur des espaces relevant directement de la responsabilité des collectivités est présentée comme allant de soi, le débat ne pouvant que porter éventuellement sur les formats et sur le nombre...

Or la question qui se pose est plutôt de se demander si le rôle d'une collectivité est de donner ainsi un exact contre-exemple de tout ce qu'il convient de faire dans le cadre des enjeux précités. Et même de faire exactement le contraire de ce qu'il est demandé aux citoyens de faire à travers de multiples gestes quotidiens.

Comment, en effet, décider des mesures à prendre (interdiction ou, éventuellement limitation stricte du nombre de dispositifs et des formats et non création de dizaines voire de centaines dispositifs lumineux supplémentaires) si aucun débat de fond n'a eu lieu ?

Observation n°15 reçue par mail le mercredi 07 octobre 2020 (version anonymisée)

Bonjour,

en tant qu'habitant de l'agglomération, je souhaite vous faire partager mon avis sur les publicités qui me semblent gênantes et/ou dangereuses:

- publicité lumineuse : j'aimerais leur interdiction pure et simple car c'est une pollution lumineuse importante.
- publicité qui encombre le trottoir / piste cyclable: exemple rue de l'industrie <https://www.google.fr/maps/place/46%C2%B011'10.8%22N+6%C2%B013'17.9%22E/@46.1863261,6.2209753,18z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x0:0x0!7e2!8m2!3d46.1863246!4d6.2216257>
- publicité qui distrait l'attention à un endroit dangereux : exemple avenue Lachenal avec une immense publicité lumineuse en plein virage (cette dernière n'est d'ailleurs pas à 90° de la route)
: <https://www.google.fr/maps/place/46%C2%B011'28.1%22N+6%C2%B013'30.5%22E/@46.1911323,6.2243882,18z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x0:0x0!7e2!8m2!3d46.1911306!4d6.22514>
- publicité aux abords des passages piétons.
Ces dernières masquent les véhicules aux piétons et les piétons aux véhicules

bien cordialement.

Remarques impliquant des modifications du projet de RLPi à l'issue de la concertation

Origine de la remarque	Remarque	Intégration au projet	Motif
Réunion avec les PPA	Publicité numérique en ZP4 : réduire le format à 4 m ² + images fixes	OUI	Prise en compte mais avec une limitation à 2 m ² compte tenu de l'impact visuel de ces dispositifs et d'une volonté de les harmoniser avec les formats de mobilier urbain de ce type les plus répandus et prévus sur le territoire
Réunion avec les PPA	Définir les éléments décoratifs dans le lexique	OUI	Éléments travaillés de la façade qui rompent la monotonie de celle-ci (piliers, corniches, moulures, etc.)
Réunion avec les PPA	Harmoniser les règles entre les enseignes et publicités numériques si réduction du format et images fixes	OUI	Supports d'enseignes ou de publicités numériques ont le même impact paysager donc nécessité d'une harmonisation en lien avec la première remarque
Réunion publique	Fixer la plage d'extinction nocturne entre 22h et 7h	NON	Cela ne coïncide pas avec les RLP existants. Assurer une plage d'extinction ambitieuse et partagée par les 12 communes en lien avec les RLP existants et les plages d'extinction de l'éclairage public. Idem, pour les enseignes.
Réunion avec les associations	Imposer un recul de 50 cm par rapport aux arêtes du mur (publicité murale)	OUI	Disposition esthétique qui permettra une meilleure intégration des publicités sur le mur support
Réunion avec les associations	Réduire la surface publicitaire en ZP3 et ZP4 (10,5 m ² prévu) à 4 m ²	NON	Volonté d'avoir des formats cohérents avec la typologie des zones.

Réunion avec les associations	Réduire la hauteur des enseignes parallèles à 45 ou 50 centimètres	NON	60 cm (ou 75 cm si lettrages découpés) constitue déjà une avancée pour 11 communes qui n'ont pas de règles spécifiques / Cette disposition ne s'appliquera de plus pas hors agglomération (ni en ZP4) au regard de la taille des façades de ces bâtiments dans ces secteurs.
Réunion avec les associations	Publicité numérique en ZP4 : réduire le format à 2 m ² + images fixes	OUI	Idem première remarque
Réunions avec les commerçants et artisans	Regrouper les enseignes scellées au sol sur un même support (centre commercial avec plusieurs activités)	OUI	Éviter la multiplication de « totems » pour chaque activité d'un centre commercial avec une règle de 10 activités maximum par totem.
Observation n°5 reçue par mail	Interdire totalement le numérique	NON	Risque contentieux
Observation n°6 reçue par mail	Autoriser les enseignes sur toiture en centre-bourg	NON	Privilégier la façade de l'activité pour éviter l'impact paysager fort des enseignes sur toiture
Observation n°7 reçue par mail	Ajouter la rue de l'Industrie à Gaillard en ZP3 et la route de Saint-Julien à Etrembières en ZP3	OUI/NON	OUI pour la rue de l'Industrie à Gaillard car impact paysager modéré / NON pour la route de Saint-Julien à Etrembières car impact paysager important en centre-bourg
Observation n°8 reçue par mail	Réintroduire la publicité scellée au sol en ZP2 (format 4 m ²)	NON	La ZP2 correspond notamment aux centres villes ou centres bourgs et résidentiel des communes. L'objectif de la réglementation locale envisagée est de préserver ces zones de dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol (qui sont, en général, déjà interdits par l'ensemble des RLP communaux actuellement en vigueur).
Observation n°8 reçue par mail	Ajouter les axes ci-dessous en ZP3 (dans le projet en ZP2) Ambilly : rue de Genève, rue Ravier, rue du Jura	OUI/NON	OUI : Gaillard : route de l'Industrie

	<p>Annemasse : rue du Salève, route d'Etrembières, avenue Jules Ferry, route de Bonneville, avenue Émile Zola, rue de l'Île-de-France, route de Thonon</p> <p>Vétraz-Monthoux : route de Taninges (totalité), route de Bonneville</p> <p>Cranves-Sales : route de Taninges (totalité)</p> <p>Gaillard : rue de Genève, rue de l'Industrie</p> <p>Etrembières : route de la Libération, route de Saint-Julien</p>		<p>Annemasse : route d'Etrembières, route de Bonneville, et route de Thonon déjà en ZP3 voir aussi en ZP4 (route de Thonon) dans le projet de RLPI. Route du Salève, Jules Ferry, et Av Emile Zola déjà classés en ZPR2 (interdiction des scellés au sol) dans l'actuel RLP d'Annemasse.</p> <p>Pour la rue de l'Île de France, volonté d'harmoniser le zonage entre la route des Vallées et l'av. Lucie Aubrac déjà classées en ZPR2 au RLP d'Annemasse.</p> <p>Les enjeux paysagers le long de la route de l'Industrie à Gaillard permettent cet ajustement</p> <p>La majeure partie de la rte de Bonneville, comme l'avenue de l'Europe, est déjà en ZP3 ou hors agglomération (Vétraz)</p> <p>NON pour les autres axes car il y a risque important de nuisances paysagères et sur le cadre de vie dans des secteurs très résidentiels des parties agglomérées du territoire. Souhait des communes de "libérer" certains de ces axes, de la publicité scellée au sol.</p>
<p>Observation n°8 reçue par mail</p>	<p>Recul de 0.5 m par rapport à l'alignement au lieu d'un mètre</p>	<p>OUI</p>	<p>Harmonisation avec le RLP d'Annemasse (0.5 m). Ce recul est suffisant pour permettre l'entretien des voiries tout en assurant une certaine visibilité des supports.</p>
<p>Observation n°8 reçue par mail</p>	<p>Inclure la voie ferrée située route de Saint-Julien à Etrembières en ZP4</p>	<p>NON</p>	<p>Souhait de ne pas traiter le domaine ferroviaire de manière distincte par rapport aux autres axes en zone dense + perspective importante vers le Salève dans ce secteur.</p>

Observation n°8 reçue par mail	Modifier la densité en ZP4 : un second dispositif par tranche de 100 m avec 40 m d'interdistance entre 2 dispositifs	NON	Cela aurait pour conséquence d'augmenter le nombre de publicités en zone d'activités. La densité actuelle étant presque déjà exclusivement d'un support par unité foncière.
Observation n°8 reçue par mail	Augmenter la surface des publicités sur les palissades de chantier (8 à 10,5 m ²) et autoriser qu'elle soit lumineuse	NON	Pas d'intérêt, dispositif temporaire donc pas besoin de système lumineux pour des raisons environnementales (consommation d'énergie, etc.). Format réduit car temporaire.
Observation n°8 reçue par mail	Ne pas interdire les bâches publicitaires à Gaillard et Annemasse	NON	Cette interdiction permet d'harmoniser les règles entre les 12 communes (bâches publicitaires déjà interdites dans 10 communes de l'agglomération / RNP)
Observation n°8 reçue par mail	Augmenter la hauteur au sol de 5 à 6 mètres	NON	Réduction du format => réduction de la hauteur pour réduire l'impact paysager. Passage d'affiche de 3 m de hauteur à 2,4 m, soit 60 cm de moins. Sous le panneau il reste environ 2,5 m (encadrement inclus). Cela est déjà très proche des observations de terrain.
Observation n°8 reçue par mail	Supprimer l'obligation d'implantation perpendiculaire à la voie	NON	Souhait de maintenir la règle qui permet d'avoir une disposition limitant les implantations dans les virages et permettant une meilleure intégration paysagère
Observation n°9 reçue par mail	Passage en ZP4 de parties de la route de Taninges à Cranves-Sales et Vétraz-Monthoux + route de Thonon à Cranves-Sales	NON	route de Thonon (Cranves-Sales) car déjà hors agglomération et route de Taninges, espaces à dominante d'habitation non classés ou identifiés en zone d'activités (PLU, SCOT) ; les communes ne souhaitent pas voir de dispositifs scellés au sol sur ces axes notamment l'entrée de la route de Taninges qui mute fortement en secteur résidentiel dense.

Observation n°9 reçue par mail	Augmenter le format des publicités murales en ZP2 à 8 m ² (les moulures ne pouvant excéder 25 cm) soit une surface hors-tout de 9,15 m ²	NON	Cela aurait pour conséquence d'augmenter les surfaces envisagées dans cette zone et nuirait donc à la qualité des paysages (la publicité murale de grand format étant peu présente en ZP2).
Observation n°9 reçue par mail	Harmoniser les formats de publicité entre toutes les zones	NON	Volonté d'avoir des formats cohérents avec la typologie des zones.
Observation n°9 reçue par mail	Modifier la densité en ZP3 : seuil d'implantation à 25 m au lieu de 35 m + un second dispositif si longueur > 50 m	NON	Cela aurait pour conséquence d'augmenter le nombre de publicités en zone d'activités. La densité actuelle étant presque exclusivement d'un support par unité foncière.
Observation n°9 reçue par mail	Augmenter la hauteur au sol de 5 à 6 mètres	NON	Réduction du format => réduction de la hauteur pour réduire l'impact paysager. Passage d'affiche de 3 m de hauteur à 2,4 m, soit 60 cm de moins. Sous le panneau il reste environ 2,5 m (encadrement inclus). Cela est très proche des observations de terrain.
Observation n°9 reçue par mail	Supprimer le recul par rapport au domaine public	NON	Le recul ne sera pas supprimé. Il sera toutefois limité à 0.5 m = harmonisation avec le RLP d'Annemasse. Ce recul permet aussi l'entretien des voiries.
Observation n°10 reçue par mail	Extinction du mobilier urbain entre 1h et 6 heures prévue au contrat (au lieu de 23h – 6h)	OUI	Cela est retenu pour intégrer les dispositions contractuelles sachant que le mobilier urbain n'est pas soumis à l'obligation d'extinction nocturne par la réglementation nationale

<p>Observation n°11 Reçue par mail</p>	<p>Interdire les panneaux publicitaires aux alentours des écoles (périmètre de 500m)</p> <p>Restreindre la publicité qu'aux entreprises locales (rayon 50 km)</p>	<p>NON</p>	<p>Pas possible d'intégrer des rayons de protection dans le plan de zonage à chaque école autre que pour des considérations paysagères ou architecturales type monument historique. De plus, la ZP2 qui interdit la publicité scellée au sol (hors mobilier urbain) ; intègre déjà la plupart des écoles du territoire. De même, pour restreindre qu'aux seules entreprises locales, c'est juridiquement impossible de séparer la publicité de la préenseigne (même catégorie) ni même de réglementer selon le contenu du message publicitaire.</p>
<p>Observation n°12 Reçue par mail</p>	<p>Eviter que le numérique fleurisse dans l'agglomération (problème écologique et de sécurité routière) : impact important suite à l'installation récente du panneau numérique route de Thonon</p>	<p>NON / OUI</p>	<p>Risque contentieux d'interdire complètement. Mais forte restriction des zones d'implantation sur le territoire (possible qu'en ZP4, hors mobilier urbain) et réduction du format de 8 à 2 m² + obligation d'avoir des images fixes suite à la concertation + obligation d'extinction nocturne pour tous les supports.</p>
<p>Observation n°13 Reçue par mail</p>	<p>Avoir un format unique de 4 m² pour la publicité là où elle n'est pas interdite par l'article 581-9 du C. env.</p>	<p>NON</p>	<p>Volonté d'avoir des formats cohérents avec la typologie des zones.</p>
<p>Observation n°13 Reçue par mail</p>	<p>Interdire la publicité scellée au sol ou la limiter à des secteurs restreints à 2 m² et 2 m de hauteur au sol</p>	<p>NON</p>	<p>Volonté d'avoir des formats cohérents avec la typologie des zones. La publicité scellée au sol est interdite en ZP1 et ZP2 ce qui représente déjà la majeure partie du territoire aggloméré</p>
<p>Observation n°13 Reçue par mail</p>	<p>Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8 ou déroger à cette interdiction uniquement pour la publicité sur mobilier urbain limitée à 2 m² avec interdiction des dispositifs défilants.</p>	<p>NON</p>	<p>Volonté de tenir compte de l'existant notamment sur la zone ZP1b. Peu d'enjeu sur la ZP1b car le nombre de mobilier urbain reste très limité voire absent sur cet espace. Cela dépendra donc de la volonté de la collectivité d'en installer ou pas.</p>

Observation n°13 Reçue par mail	Interdire toutes les formes de publicités non explicitement citées dans le règlement	NON	Risque contentieux
Observation n°13 Reçue par mail	Limiter à 4 m ² la publicité murale en ZP3 et ZP4 Interdire la publicité scellée au sol sauf en ZP4, limitée à 2 m ²	NON	Volonté d'avoir des formats cohérents avec la typologie des zones.
Observation n°13 Reçue par mail	Interdire la publicité numérique, y compris sur mobilier urbain, sauf éventuellement en ZP4, limitée à 1 m ² dans les communes d'Annemasse et Gaillard	NON / OUI	Risque contentieux d'interdire toute la publicité numérique sur le territoire. Harmonisation de la réglementation sur l'ensemble de la ZP4 et diminution du format possible de 8 m ² à 2 m ² dans cette zone, suite à la concertation tout en prenant en compte les formats standards des professionnels de l'affichage. Sur le mobilier urbain : prise en compte des dispositions contractuelles des collectivités.
Observation n°13 Reçue par mail	Limiter à 12m ² la publicité sur les bâches de chantier. Corriger l'article 18 du RLP (remplacer ZP3 par ZP4).	OUI	Correction de l'article 18 pour la cohérence du document. <u>NB</u> : les règles mises en place permettent d'harmoniser les règles entre les 12 communes (bâches publicitaires déjà interdites dans 10 communes de l'agglo / RNP)
Observation n°13 Reçue par mail	Limiter le mobilier urbain à 2 m ² Interdire le numérique Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens de circulation Instaurer une règle de densité (ou limitation par rapport au nombre d'habitant)	NON	Volonté de tenir compte de l'existant (dispositions contractuelles) et d'avoir des formats cohérents avec la typologie des zones.
Observation n°13 Reçue par mail	Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1h après la fermeture de l'établissement à 1h avant l'ouverture	NON	Le projet de RLPi présenté en concertation impose déjà une extinction plus stricte (entre 23h et 6h) que la règle nationale

<p>Observation n°13 Reçue par mail</p>	<p>Interdire les enseignes numériques</p>	<p>OUI</p>	<p><u>Partiellement pris en compte</u> : autorisées seulement en ZP4 et/ou qu'à certaines activités réglementées (services d'urgences) dans les autres zones et à un format de 2 m² <u>et qu'une seule par établissement</u> compte tenu de l'impact visuel de ces dispositifs et d'une volonté de les harmoniser avec les règles et formats des publicités notamment numériques.</p>
<p>Observation n°13 Reçue par mail</p>	<p>Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique</p>	<p>NON</p>	<p>Volonté de tenir compte de l'existant et de permettre une diversité des enseignes. Néanmoins, les enseignes scellées au sol seront limitées en surface, hauteur et largeur. Elles devront être regroupées sur le même support pour chaque activité d'un centre commercial ou d'un regroupement de cellules commerciales sur une même unité foncière.</p>
<p>Observation n°14 Reçu par mail</p>	<p>Un document intitulé "Le RLPi, un enjeu environnemental majeur" en pièce jointe du mail élaboré par une association de défense de l'environnement et des paysages afin de nourrir la réflexion menée sur le RLPi</p>	<p>NC</p>	<p>Document d'information général sur les grands enjeux (environnemental, social et économique) du RLPi n'appelant pas de remarques particulières</p>

<p>Observation n°15 Reçu par mail</p>	<p>Interdire les publicités qui semblent gênantes et/ou dangereuses notamment la publicité lumineuse partout, la publicité encombrant le trottoir / piste cyclable (rue de l'Industrie à Gaillard) ou encore la publicité qui distrait l'attention à un endroit dangereux (exemple rue Lachenal à Ambilly) et la publicité aux abords des passages piéton</p>	<p>OUI / NON</p>	<p><u>Partiellement pris en compte</u> : Le RLPi ne peut interdire la publicité lumineuse partout. En revanche, la publicité numérique (la plus polluante) sera interdite (hors mobilier urbain) en ZP1, ZP2 et ZP3 et, de manière générale toute publicité lumineuse sera éteinte entre 23h et 6h (sauf celle supportée par le mobilier urbain). De plus, la publicité dite « scellée au sol » sera interdite, sur le domaine privé en ZP2 (sauf celle supportée par le mobilier urbain). Cependant, il semblerait que les exemples évoqués ici, sur la rue de l'Industrie à Gaillard et sur la rue Louis Lachenal à Ambilly, qu'il s'agisse surtout de mobiliers urbains installés sur le domaine public. La gestion de ces mobiliers urbains publicitaires relève surtout du règlement national de publicité (RNP) et est de la responsabilité des collectivités (ici commune de Gaillard et d'Ambilly) qui prévoient des clauses dans leurs contrats afin de les régir. Il est aussi à noter que la publicité supportée par le mobilier urbain doit évidemment respecter l'article R.418-4 du code de la route qui rappelle que la publicité (au sens large : publicité, enseigne ou préenseigne) ne doit pas nuire à la sécurité routière (pouvoir de police du maire).</p>

<p>Observation n°16 Issue du registre de Ville-la-Grand</p>	<p>Permettre un format de 6 voire 8 m² en ZP4 pour chaque enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol</p>	<p>OUI</p>	<p><u>Partiellement pris en compte</u> : Éviter la multiplication de « <i>totems</i> » pour chaque activité d'un centre commercial ou de regroupement d'activités commerciales au sein d'une même unité foncière avec une règle de 10 activités maximum par totem. Le format maximum de ces totems sera bien de 6 m². Pour les activités situées sur des unités foncières différentes, le format maximum reste à 6 m².</p>
--	--	-------------------	--

ÉCONOMIE | Pour harmoniser les entrées de ville et mettre en place un outil réglementaire efficace

L'Agglo élabore un règlement commun pour la publicité

Depuis 2015, Annemasse Agglo via son bureau communautaire et sa commission aménagement du territoire, réfléchit à l'impact des publicités et des pré-enseignes sur les entrées de ville. L'abondance de ces enseignes et souvent leur manque d'harmonie rendent difficile le traitement paysager non seulement des entrées de ville, mais aussi le long de grands axes routiers traversant le territoire, et notamment dans les zones d'activités. L'Agglo a bien élaboré une charte en 2016 sur les vitrines commerciales pour les centres-villes et bourgs, pour améliorer l'insertion des enseignes des commerces en rez-de-chaussée, mais cette charte n'est pas opposable juridiquement. Finalement, l'idée de mettre en place un règlement local de publicité à l'échelle intercommunale a germé (lire l'Info en +). Cette possibilité juridique a donc été étudiée et le constat a été que ce serait la solution la plus adaptée.

Cohérence et qualité paysagère

L'idée est de traiter la question dans toute l'agglomération, et d'apporter de la cohérence dans l'implantation de la publicité et le traitement des enseignes. Les élus de l'Agglo espèrent une amélioration de la qualité paysagère des entrées de villes. Avec ce règlement la collectivité pourra anticiper les effets des grands projets urbains et des futures infrastructures de transport. Il faut savoir que les grands projets vont générer de nouvelles demandes d'enseignes et des publicités nombreuses, car ces grands projets vont entraîner des modifications des axes de circulation et



Les douze communes seront logées à la même enseigne avec une réglementation unique. Photo La D.U.C.P.

apporter de nouvelles activités économiques. La planification de la publicité et des enseignes s'accompagnera de la refonte des réglementations existantes (les règlements communaux et le règlement national).

Les douze conseils devront voter

Ce sera aussi une opportunité pour la majorité des communes non dotées d'un règlement local de pouvoir mieux maîtriser l'implantation des enseignes et publicités sur leur territoire. Comme la réglementation nationale laisse apparaître certains vides juridiques, le futur règlement local de publicité intercommunal (RLPI) augmentera le niveau

d'exigence par rapport à cette dernière. Les communes ayant déjà un règlement garderont un niveau d'exigence élevé, car elles ont déjà effectué un travail dans ce sens. Les autres communes vont pouvoir bénéficier de leur expérience, et l'ensemble de l'Agglo va intégrer les nouveaux acquis de la loi Engagement National pour l'Environnement ou Grenelle 2.

Un autre avantage induit par ce dispositif sera une mutualisation des coûts. Annemasse Agglo a décidé de prendre cette compétence "élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal", décision qui devra être approuvée par chacun des conseils municipaux.

Catherine PONCET

L'INFO EN +

LE CONTEXTE LÉGAL

Pour une meilleure prise en compte de l'environnement le droit de la publicité extérieure a été réformé en 2010 par une loi et en 2012 par un décret portant sur la réglementation nationale des enseignes et des pré-enseignes. Certaines communes avaient déjà des règlements locaux sur la publicité (Gaillard, Annemasse, Bonne), mais ceux-ci seront caduques à partir de juillet 2020 s'ils ne sont pas modifiés pour être en conformité avec la nouvelle loi. D'autre part, les communes qui n'ont pas de réglementation locale (8 sur 12 dans l'Agglo) se voient appliquer la réglementation nationale, celle-ci étant soumise à l'autorité préfectorale. Un outil intercommunal est donc approprié pour tout mettre à jour.

Les maires gardent leur pouvoir pour les autorisations

Comme il n'existe pas de plan local d'urbanisme intercommunal, le règlement local de publicité intercommunal ne peut exister que si chaque commune délibère pour transférer sa compétence, selon le principe de la majorité qualifiée. Il y a peu de doute que cette idée partagée par tous les maires coïncide quelque part.

Une précision importante est que le transfert de compétence d'élaboration du règlement n'entraîne pas le transfert de la gestion des autorisations de publicités et enseignes. Ces autorisations continueront à relever du pouvoir du maire et seront donc assumées par les communes. D'un point de vue juridique, l'adoption d'un règlement intercommunal a pour effet de transférer le pouvoir de police du préfet vers le maire. Quant à la taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures, elle continuera à être perçue par les communes. Il reste à celles-ci environ deux mois pour se prononcer sur le transfert, en cas de dépassement du délai la décision est considérée comme favorable.

Annemasse Agglo va réglementer l'affichage publicitaire

Un règlement local de publicité (RLP) est actuellement en train d'être élaboré par Annemasse Agglo. Il sera ensuite adopté et mise en œuvre individuellement dans chacune des communes annemassiennes.

ANNEMASSE AGGLO

La réflexion incombe traditionnellement aux communes. Mais une fois n'est pas coutume, ces dernières préfèrent de plus en plus mener des démarches collectives. Aussi, Annemasse Agglo va mandater un bureau d'étude pour plancher sur un règlement local de publicité, qui sera ensuite adopté individuellement par chacune des 12 communes de l'Agglo. « Il nous semblait important d'harmoniser le cadre sur l'ensemble de l'Agglomération. La limite des communes, quand on est en zone industrielle par exemple, ne se voit pas toujours », explique Denis Maire, vice-président de l'Agglo en charge aménagement.

Doter toutes les communes de l'Agglo d'un même règlement. À l'heure actuelle, quatre communes sur 12 sont déjà dotées d'un règlement à leur échelle. « La plupart des communes arrivent au moment où il



L'Agglomération d'Annemasse va encadrer l'affichage publicitaire, notamment dans les zones industrielles.

fait réviser leur règlement, et les autres n'ont eu pas, poursuit Denis Maire. Entre toutes les formes de panneaux publicitaires, il y a pas mal de cas particuliers ». Cette centralisation de l'élaboration du RLP va ainsi permettre aux communes plus rurales, parfois dépourvues de ces compétences en interne, d'en

adopter un. « On n'en avait pas forcément l'utilité, mais dès qu'un cas se présente, on est assez embarrassé. Ça nous permettra de nous appuyer sur quelque chose de solide », détaille Denis Maire, également maire de Juvigny. Le bureau d'étude va notamment se baser sur le règlement qu'a déjà adopté la ville d'Anne-

masse pour en élaborer un nouveau, qui prendra en compte les spécificités territoriales.

Prendre en compte les spécificités territoriales. « On ne peut pas zoner les parties rurales de l'Agglo comme on le fait en centre-ville », note ainsi De-

nis Maire. L'enjeu, à l'heure du numérique, est également paysager. « Pour un commerce, il est plus stratégique d'être visible sur le web que de mettre des panneaux toujours plus hauts et qui disparaissent toujours plus forts. Il y a une vraie évolution, et ça ne sera que bénéfique pour notre paysage », conclut-il.

ANALYRIE PHA

Qu'est-ce qu'un règlement local de publicité ?

Document de planification l'affichage publicitaire territoire communal, un règlement local de publicité permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. L'exploitant d'un dispositif de publicité souhaite installer un panneau de publicité devra effectuer une demande préalable auprès du maire.

Nouvelles lignes dès le 27 août !



Deux nouvelles lignes de bus pour faciliter vos déplacements dans la région.

62 Collonges-sous-Salève ↔ Bachet-de-Pesay

63 Viry-Eglise ↔ Confignon-Croisée

Lignes de bus tpg et parking : la bonne combinaison !

Toutes les Infos sur tpg.ch

tpg
tpg.ch

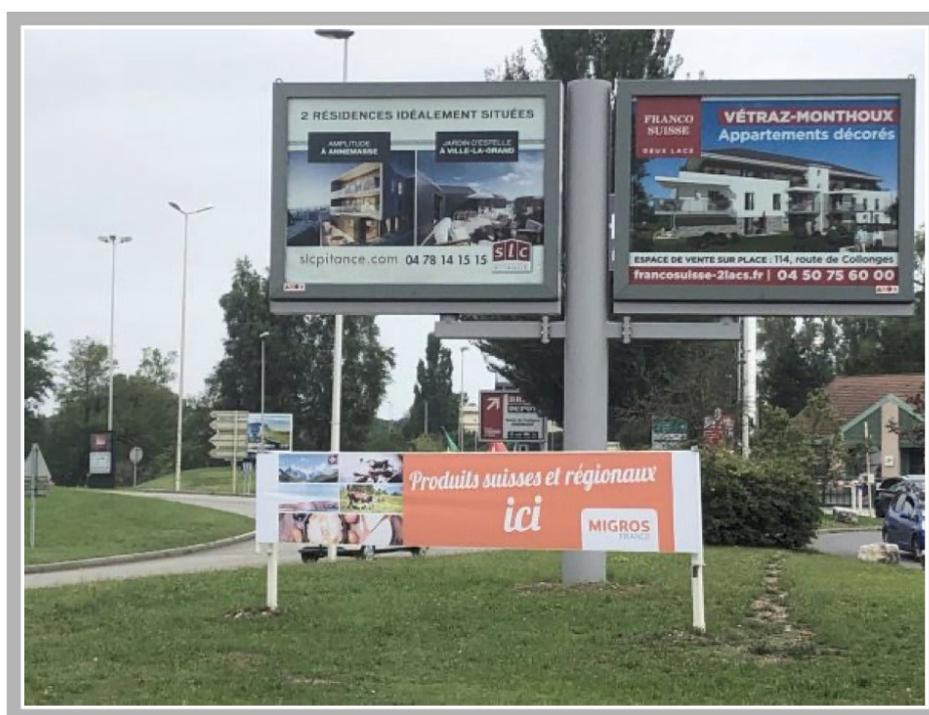
GEN Jeudi 29 août Page:6/7

LOCALE

29/08/2019

Affichage publicitaire : bientôt un règlement pour toute l'agglomération

HÉLÈNE SERBES



Le règlement local de publicité intercommunal sera appliqué l'été prochain.

Annemasse Agglo vient de lancer une concertation publique pour mettre en place un règlement local de publicité qui devrait s'appliquer sur l'ensemble des communes de l'agglomération à partir de l'été 2020.

ANNEMASSE AGGLO

L'Agglomération d'Annemasse vient d'engager une concertation publique afin de mettre en place un règlement local de publicité (RLP) à l'échelle intercommunale. C'est la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE, dite Grenelle 2) du 12 juillet 2010 qui impose une mise en conformité des règlements locaux de publicité avant le 13 juillet 2020.

1

CRÉER

DE LA COHÉRENCE

ENTRE LES COMMUNES

« Certaines communes de l'agglomération avaient déjà leur propre règlement de publicité comme Annemasse, Gaillard, Ville-la-Grand et Bonne. Étant donné qu'elles doivent chacune le réviser, c'était l'occasion de créer de la cohérence. Il semblait intéressant d'avoir une démarche commune pour essayer de réglementer l'ensemble de l'agglomération. Un RLP est une démarche complexe qui nécessite de mobiliser un certain nombre de moyens, cela peut-être compliqué pour une petite commune alors on s'est dit qu'il valait mieux mutualiser », explique Denis Maire, vice président d'Annemasse agglomération en charge de l'aménagement et de l'urbanisme. Pour l'instant, l'heure est à la concertation et aux réunions. Les communes, les afficheurs, les habitants, les associations, sont invités à donner leur avis auprès des services d'Annemasse agglomération. La phase de concertation durera pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP.

2

VERS UNE BAISSÉ

DE LA POLLUTION

VISUELLE

« On souhaite pour le bien de tout le monde limiter les agressions visuelles et laisser un peu plus de place au paysage naturel. Réglementer l'affichage ne signifie pas plus du tout d'affichage mais il est clair qu'on ne sera pas plus libéraux que ce qui se fait actuellement à Annemasse. Mais de toute façon les afficheurs ont compris que trop d'information tue l'information et qu'il ne sert à rien de placarder à tout va », ajoute le maire de Juvigny. Effectivement, un simple coup d'œil à l'approche du centre commercial Migros suffit à constater l'excès d'affichage publicitaire en entrée d'agglomération (voir photo ci-dessus).

3

L'INFORMATION

PUBLICITAIRE EN PLEINE MÉTAMORPHOSE

Pour Denis Maire, cette révision du règlement local de publicité est en adéquation avec la modification des habitudes des consommateurs. « On est aussi à l'heure de grands changements au niveau de l'information, maintenant un certain nombre de consommateurs regardent plutôt sur leur smartphone que sur le bord des routes. Quelque part on est aussi aidé par une espèce de révolution de l'information », ajoute l'élus.

Affichage publicitaire : bientôt un règlement pour toute l'agglomération

Annemasse Agglo vient de lancer une concertation publique pour mettre en place un règlement local de publicité qui devrait s'appliquer sur l'ensemble des communes de l'agglomération à partir de l'été 2020.

ANNEMASSE AGGLO

L'Agglomération d'Annemasse vient d'engager une concertation publique afin de mettre en place un règlement local de publicité (RLP) à l'échelle intercommunale. C'est la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE, dite Grenelle 2) du 12 juillet 2010 qui impose une mise en conformité des règlements locaux de publicité avant le 13 juillet 2020.

1 Créer de la cohérence entre les communes

« Certaines communes de l'agglo avaient déjà leur propre règlement de publicité comme Annemasse, Caillard, Ville-la-Grand et Bonne. Étant donné qu'elles doivent chacune le réviser, c'était l'occasion de créer de la cohérence. Il semblait intéressant d'avoir une démarche commune pour essayer de régler l'ensemble de l'agglo. Un RLP est une démarche complexe qui nécessite de mobiliser un certain nombre de moyens, cela peut-être compliqué pour une petite commune alors on s'est dit qu'il valait mieux mutualiser », explique Denis Maire, vice président d'Annemasse agglo en charge de l'aménagement et de l'urbanisme. Pour l'instant, l'heure est à la concertation et aux réunions. Les communes, les afficheurs, les habitants, les associations, sont invités à donner leur avis auprès des services d'Annemasse agglo. La phase de



Le règlement local de publicité intercommunal sera appliqué l'été prochain.

concertation durera pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP.

2 Vers une baisse de la pollution visuelle

« On souhaite pour le bien de tout le monde limiter les agressions visuelles et laisser un peu plus de place au paysage naturel. Réglementer l'affichage ne signifie pas plus du

tout d'affichage mais il est clair qu'on ne sera pas plus libéraux que ce qui se fait actuellement à Annemasse. Mais de toute façon les afficheurs ont compris que trop d'information tue l'information et qu'il ne sert à rien de placer à tout va », ajoute le maire de Juigney. Effectivement, un simple coup d'œil à l'approche du centre commercial Migros suffit à constater l'excès d'affichage

publicitaire en entrée d'agglomération (voir photo ci-dessus).

3 L'information publicitaire en pleine métamorphose

Pour Denis Maire, cette révision du règlement local de publicité est en adéquation avec la modification des habi-

tudes des consommateurs. « On est aussi à l'heure de grands changements au niveau de l'information, maintenant un certain nombre de consommateurs regardent plutôt sur leur smartphone que sur le bord des routes. Quelque part on est aussi aidé par une espèce de révolution de l'information », ajoute l'élu.

HÉLÈNE SERDES

Quels sont les dispositifs réglementés depuis la loi ?

La publicité (affichage neuve d'information, publicitaires, etc.) Les enseignes (inscrites sur un bâtiment ou s'exerçant sur une activité) Les pré-enseignes (indiquant la proximité d'un bâtiment ou s'exerçant sur une activité) ex. « Douceur 50m ».

Ultrarapide grâce au paiement sans contact!



La carte à prépaiement pour l'achat de vos billets à bord. Disponible chez votre revendeur le plus proche: tpg.ch/revendeurs



Création: Candy Factory

ANNEMASSE L'Agglo va se doter d'un "règlement local de publicité intercommunal"

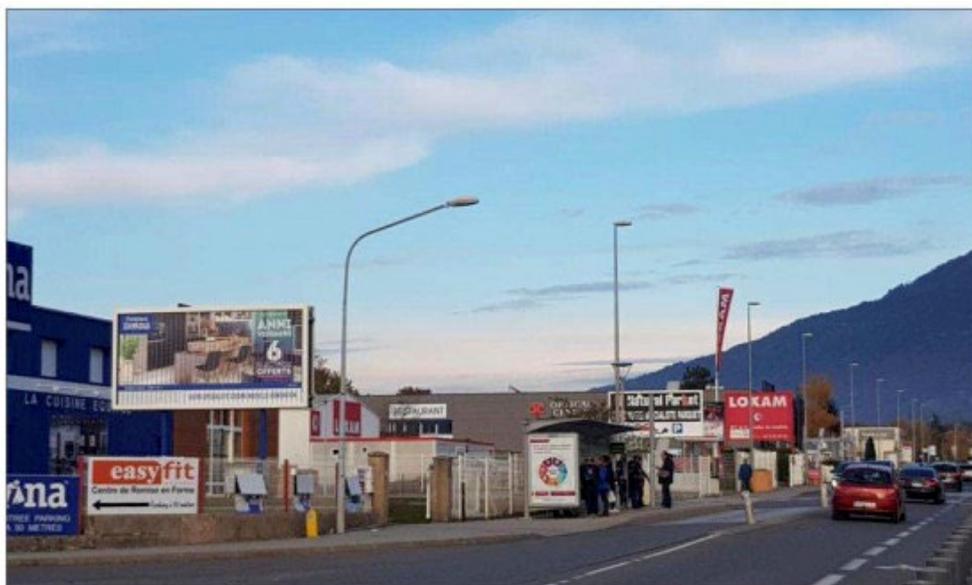
Des règles communes sur les enseignes et les publicités

La Ville d'Annemasse dispose déjà d'un règlement sur les enseignes et publicités, mais, un projet existant à l'échelle intercommunale, il s'agit d'aller vers davantage de "qualitatif".

Denis Maire, maire de Juvigny chargé du dossier à l'Agglo, a pris son bâton de pèlerin pour aller présenter le projet aux douze conseils municipaux. Il assistait à la dernière réunion d'Annemasse, une des rares villes de l'agglomération à être déjà dotée d'un règlement sur les enseignes et les publicités, mais qui est prête à adopter un règlement intercommunal gage de "qualitatif". « C'est Annemasse qui était allée le plus loin dans la réflexion et la pratique, et l'idée est bien de tirer vers le haut les publicités, les pré-enseignes et les enseignes », a précisé Denis Maire. Il a expliqué que la réglementation sera différente selon les zones où elle s'applique (centres-villes, zones d'activités).

L'image des centres-villes est en jeu

Ce projet doit répondre aux objectifs fixés. Le premier concerne les entrées de ville et d'agglo, et l'affichage le long des axes de circulation, en étant attentif aux vues sur le grand paysage, en fixant des horaires d'extinction des enseignes lumineuses dans les zones d'activités. Autre objectif, éviter que l'affichage publicitaire ne dégrade le cadre de vie dans les centres-villes et secteurs résidentiels. Le règlement intercommunal prendra en compte les effets des grands projets urbains (tram, Léman Express), en veillant aux nouvelles demandes d'enseignes et de publicités. Il est aussi question de favoriser l'intégration architecturale des enseignes sur les vitrines en centres-villes, appor-



Il y aura des différences entre les zones d'activités et les centres-villes. Photo Le DL/C.P.

ter une équité entre les communes, prendre en compte les nouveaux types de publicité (numérique, bâches, etc.).

Un délai d'application assez long

Le projet prévoit un zonage à l'échelle de l'agglomération, et un seul document fixant l'ensemble des règles. Ce sera donc une sorte de "PLU des enseignes". Les commerçants auront le temps de se retourner. Denis Maire a précisé qu'il y aurait « un délai important pour se

mettre en conformité, six ans pour les enseignes, deux ans pour les publicités », cela laissera aux professionnels le temps d'amortir de nouveaux équipements le cas échéant. Selon Michel Boucher adjoint annemassien à l'urbanisme, « il y a un travail à mener pour moins de quantité, plus de visibilité et une recherche de qualité ». Le projet doit être validé par le conseil communautaire en février 2020, une enquête publique aura lieu l'été prochain.

Catherine PONCET

LE CHIFFRE

4

Le 4 décembre, la date à laquelle le projet sera présenté en réunion publique à 19h, salle COO1, 13 avenue Emile-Zola. Une présentation aux afficheurs, commerçants et artisans, associations environnementales sera faite.

Publicités, pré-enseignes et enseignes : ce qui est prévu

➤ **Publicités et pré-enseignes** : harmonisation des zonages et extension aux 8 communes qui n'avaient pas de règlement. Réduction de la densité et du format publicitaires. Publicités et pré-enseignes scellées au sol seront interdites ou implantées avec des contraintes, autorisées en zones d'activités. Le numérique sera interdit dans certaines zones et une plage d'extinction nocturne établie.

➤ **Enseignes** : interdiction dans certains lieux (toitures, clôtures, garde-corps). La réglementation nationale sur les enseignes parallèles aux murs sera complétée par des règles architecturales. Il est question aussi de réduire la place des enseignes perpendiculaires aux murs, en limitant leur saillie, leur nombre et leur superficie. Le projet prévoit également la réduction des enseignes scellées au sol, avec un format réglementé pour les enseignes dépassant un mètre carré, et en encadrant celles qui sont plus petites. Les enseignes sur clôtures seront encadrées aussi. L'impact des enseignes lumineuses et numérique sera limité, elles seront interdites dans les quartiers résidentiels.

LE GENEVOIS

AMBILLY

Cérémonie d'hommage le 5 décembre

Jeu 5 décembre se déroulera la cérémonie d'hommage aux morts pour la France pendant la guerre d'Algérie et les combats du Maroc et de la Tunisie à 11 heures, devant le monument aux morts. La cérémonie sera suivie d'un buffet dans le hall du Clos Babuty.

AU CINÉMA

ANNEMASSE

CINÉ ACTUEL

MJC Centre - 3 rue du 8 mai

Diego Maradona : (VO) di. : 20h30.

Martin Eden : (VO) di. : 18h.

SALÈVE

5, rue Clos Fleury

J'accuse : di. : 16h45.

Joyeuse retraite 1 : di. : 14h30, 19h30.

La Reine des neiges 2 : di. : 14h30, 17h, 19h30.

ARCHAMPS

PATHÉ ARCHAMPS

Technopole d'

À couteaux tirés : di. : 16h30, 22h15 (VO) di. : 20h40.

Abominable : di. : 10h15, 12h30.

Camille : di. : 20h.

Chanson Douce : di. : 10h, 12h30, 14h45, 17h, 19h30.

Countdown : (Int. -12 ans) di. : 18h35, 22h35.

Gloria Mundi : di. : 14h40, 16h, 20h15.

Hors Normes : di. : 21h20.

J'accuse : di. : 14h30, 17h15.

Johnny Hallyday : Un soir à l'Olympia : di. : 20h.

Joker : (Int. -12 ans avec over-

VÉTRAZ-MONTHOUX

La mairie s'engage à ne plus utiliser de pesticides dans ses espaces publics

L'engagement a été signé jeudi 28 novembre avec France Nature Environnement. Le travail a déjà commencé par le désherbage à la main et à la vapeur. La commune devrait recevoir un label sous forme de coquillet, si tout se passe bien.

Un engagement pour la nature et la santé a été signé entre la mairie et FNE (l'association France Nature Environnement) jeudi 28 novembre. Consiente de la contamination généralisée (sol, eau, air) par les pesticides en tous genres, la mairie a décidé avec l'ac-

compagnement de FNE de changer ses pratiques en termes de gestion des espaces verts, y compris cimetières et terrains de sport. Les services en charge des espaces publics ont déjà commencé en désherbant à la main et à la vapeur. En accord avec FNE, ils ont identifié les points à travailler pour aboutir à supprimer complètement les pesticides et autres produits nocifs.

Dans le prolongement de cette action, une information sera faite à la population et aux jardiniers amateurs pour avoir un comportement plus écologique. « Chacun doit

comprendre qu'il est possible de vivre et de produire sans tous ces produits dangereux pour la nature et pour la santé », a confirmé Fabien Perriolat, vice-président de FNE Haute-Savoie. « Cela permettra de faire revenir les insectes, les oiseaux. En ce sens l'exemple de la mairie est important », a-t-il conclu.

Si tout se passe bien, la commune recevra un label sous forme de coquillet, à apposer à l'entrée de la commune, lors de la prochaine fête des plantes.

France Nature Environnement, fédération fran-



Michelle Amoudruz et Fabien Perriolat ont signé une charte en faveur de l'environnement et de la santé. Photo Le DU/Patricia FAURE

çaise des associations de protection de la nature et de l'environnement. Site : www.fne.asso.fr.

ARCHAMPS

PATHÉ ARCHAMPS

Technopole d'

À couteaux tirés : di. : 16h30, 22h15 (VO) di. : 20h40.

Abominable : di. : 10h15, 12h30.

Camille : di. : 20h.

Chanson Douce : di. : 10h, 12h30, 14h45, 17h, 19h30.

Countdown : (Int. -12 ans) di. : 18h35, 22h35.

Gloria Mundi : di. : 14h40, 16h, 20h15.

Hors Normes : di. : 21h20.

J'accuse : di. : 14h30, 17h15.

Johnny Hallyday : Un soir à l'Olympia : di. : 20h.

Joker : (Int. -12 ans avec over-

GAILLARD

Christian Godart chantera Boby Lapointe ce mercredi



Les Bob, Gérard Migot et Christian Godart, seront dans "Le clou de Lapointe" mercredi soir au Mercure invités par les cafés-concerts de la Haute-Savoie, un spectacle musical théâtralisé original. Photo DR

Mercredi 4 décembre, l'artiste belge Christian Godart chantera Boby Lapointe. Depuis une vingtaine d'années, sur de nombreuses scènes belges et françaises, il propose un tout nouveau spectacle musical théâtralisé, composé de chansons, textes et anecdotes suscitant une réflexion sur l'univers déjanté du jongleur de mots. Il est l'hôte des cafés-concerts de Haute-Savoie qui font escale au Mercure de Gaillard.

Boby Lapointe, le petit gars né à Pézenas dans les années 20, l'enfant du pays, était un poète amoureux des cale-

mbours et autres contrepèteries. Il a influencé des générations de musiciens, ayant depuis toujours la chanson française au plus profond de lui.

La soirée café-concert de mercredi sera une facette musicale théâtralisée, de faire vivre l'esprit de Boby Lapointe avec son côté fantasiste décalé, assumé comme un déjanté journal satirique. Ce spectacle théâtralisé à la volonté d'inviter le public à (re) découvrir le meilleur de la chanson francophone dans une ambiance conviviale et familiale.

Boby Lapointe a marqué la chanson française de ses audaces verbales, pra-

tiquant jusqu'à l'absurde allitération, double sens, canular.

De son œuvre poétique originale, chacun a dans un coin de sa mémoire "La maman des poissons", "Ta Katie t'a quitté", "Aragon et Castille", "Framboise" et tant d'autres tubes, des nouvelles, des sketches, des nouvelles, des fables ou simplement des poèmes chantés.

Gilbert TARONI

Le spectacle "Le clou de Lapointe" est à voir le mercredi 4 décembre, à 19h30, au Mercure. Les réservations se font par téléphone au 04 50 84 55 14.

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI)

Sur la base d'un diagnostic paysager portant sur la publicité, les pré-enseignes et les enseignes et, dans un objectif de protection du cadre de vie et de l'environnement, les élus du territoire ont déterminé les grandes orientations du projet et un projet de règlement.

Vous êtes conviés à leur présentation lors de la

RÉUNION PUBLIQUE

le mercredi 4 décembre 2019, de 19h à 20h30
dans les locaux d'Annemasse Agglo,
13 avenue Emile Zola à Annemasse
Entrée par la salle COO1 en rez-de-chaussée
Parking souterrain accessible

Plus d'infos : annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/amenager-la-ville/rlpi



Annemasse Agglo
Association des Mairies Agglomérées

Grand format CLIMAT

le dauphiné



100 INITIATIVES RÉGIONALES

154 pages - 14,90 €
CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX

MON HIVER dans les Alpes



LES CLÉS DE LA SAISON BLANCHE !

92 pages - 11 €
CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX

Découvrez la marque n°1 pour les fuites urinaires !

MoliCare® Premium



1€ TTC de remise immédiate Valable sur chaque sachet Jusqu'au 31 décembre 2019

- ✓ Neutralisent les odeurs
- ✓ Préservent votre peau
- ✓ Hypoallergéniques
- ✓ Testées sous contrôle dermatologique

Trouvez la solution qui vous convient au meilleur prix dans notre magasin.

DISTRI CLUB MEDICAL
BOCCARD MEDICAL
117 A, route de Taninges
74100 VÉTRAZ-MONTHOUX
04 50 31 68 78

HARTMANN

Annemasse Agglo : l’affichage publicitaire fait débat

MIS EN LIGNE LE 12/12/2019 À 15:44 ✎ PAR [HÉLÈNE SERBES \(/606773/DPI-AUTHORS/HELENE-SERBES\)](#)

Alors que la consultation publique sur le règlement local de publicité au sein de l’agglomération d’Annemasse arrive à son terme, les élus ont débattu, lors du conseil du 11 décembre, sur le contenu de ce règlement, plus restrictif qu’auparavant et harmonisé à l’échelle d’Annemasse Agglo.



Actuellement l’affichage publicitaire en entrée d’agglomération d’Annemasse, notamment aux abords de routes, est extrêmement dense.

Mercredi 11 décembre, lors du conseil communautaire d’Annemasse Agglo, les élus ont débattu sur le contenu du futur règlement local de publicité, applicable à partir du prochain mandat.

1

Deux communes de l’Agglo n’ont pas encore délibéré

Sur l'ensemble des communes de l'Agglo, deux n'ont pas encore délibéré concernant ce règlement. La commune de Machilly et celle de Bonne. Pour cette dernière, le Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) rendrait la possibilité d'affichage plus permissive. « À Bonne, nous ne sommes pas satisfaits, le RLP était très restrictif pour nous et nous avons très peu de publicités. Nous avons le sentiment que, nous concernant, le RLPI est un retour en arrière. Heureusement nous avons une procédure qui nous permettra de restreindre un peu », déclarait le maire de Bonne, Yves Cheminal. À quoi Christian Dupessey, président de l'Agglo, répondait : « Ce qui est important c'est que l'ensemble de l'Agglo soit harmonisé, nous devons avoir une bonne image. Je comprends que Bonne ne souhaite pas revenir en arrière. Mais le niveau de tolérance me semble prendre en compte l'intérêt paysager tout autant que l'intérêt de communication ». Le RLPI est en effet mis en place dans un but plus restrictif qu'auparavant. Les communes bénéficiant d'un intérêt patrimonial important devraient être encore moins permissives concernant l'affichage publicitaire.

2

Dix objectifs définis avant la délibération finale

Le RLPI n'a pas encore été finalisé, seule la concertation publique est arrivée à son terme. Désormais, il s'agit de définir le texte réglementaire, qui sera ensuite voté en février 2020. Pour la rédaction du texte, 10 orientations ont été fixées, notamment l'amélioration de la qualité paysagère des entrées de ville du territoire ; la protection des lieux ayant une certaine valeur sur le plan architectural, patrimonial ou environnemental ; l'harmonisation de la publicité et des enseignes sur l'ensemble du territoire ; ou encore permettre aux communes actuellement non couvertes par un RLP de pouvoir maîtriser l'implantation de la publicité sur leur territoire.

PUBLICITÉ



Orange vous rembourse 50€ sur la montre connectée Galaxy Watch Active2 jusqu'au 26/12/19, plus une minute à perdre !

(<https://ad.doubleclick.net/ddm/trackclk/N743372.2008112ECSELISNATIVE/B23493279.21> [timestamp])

Lessavoyards.fr du 12/12/2019

Le Genevois

ANNEMASSE AGGLO

Un règlement unique pour la pub dans l'agglo

Sabine PELLISSON



Lors du dernier conseil d'Annemasse Agglo, les élus se sont une nouvelle fois penchés sur le projet de règlement local de publicité à l'échelle intercommunale.

La plupart des communes de l'Agglo disposent d'un règlement sur les enseignes et publicités, mais, un projet à l'échelle intercommunale est lancé.

Après avoir défini les objectifs de ce Règlement local de publicité intercommunal (RLPI), réalisé un diagnostic de la publicité extérieur sur le territoire, et présenté le projet dans chaque commune de l'agglo (Bonne et Machilly doivent encore délibérer en conseil), retour à l'agglo. Mercredi 11 décembre, lors du dernier conseil communautaire, les élus ont débattu sur les orientations de ce projet RLPI.

« On souhaite une réglementation cohérente pour les 12 communes de l'Agglo », a rappelé le vice-président Denis Maire. Il s'agit d'un unique document réglementaire pour régir les publicités (dispositifs informant le public), les pré-enseignes (qui se voient du domaine public, indiquant un site exerçant une activité) et les enseignes (toute inscription apposée sur un immeuble et relative à son activité). En février 2020, place au

vote pour l'arrêt de ce projet avant l'enquête publique puis un choix définitif, pour être opérationnel fin 2020. « Il s'agit aussi de préserver la qualité architecturale et paysagère. »

Pour Bonne, Yves Cheminal n'est pas forcément satisfait : « On revient en arrière », a-t-il expliqué. « On a essayé de répondre aux attentes de Bonne, a répondu Denis Maire, mais notre démarche est collective pour l'ensemble. On doit faire preuve d'une certaine souplesse et trouver une harmonie raisonnable. »

Certains élus ont évoqué la publicité à la sauvage par des associations. « Aux communes de fournir aux associations des supports réglementaires », a rappelé Denis Maire.

Au final, chaque commune devra appliquer ce règlement unique, l'Agglo ne faisant qu'uniformiser l'ensemble.



Afin d'élaborer un règlement qui sied à tout le monde, l'Agglo essaie de transiger pour trouver une harmonie raisonnable. Photo Le DL /C.P.

Annemasse - Officiel 20 août 2019 · 🌐 👍 J'aime la Page ...

[👉 Concertation publique 👉]

En vue de préserver le cadre de vie de ses habitants et de limiter la pollution visuelle, l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal est en cours et votre avis compte !

Vous pouvez émettre des idées et donner votre avis à l'adresse mail rpi@annemasse-agglo.fr.

Pour plus d'informations, cliquez sur le lien



ANNEMASSE-AGGLO.FR i

www.annemasse-agglo.fr

1 765 Personnes touchées **125** Interactions

👤 Christine Reynaud, Ayme Jennyfer et 14 autres personnes 8 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager 🌐

Annemasse - Officiel 16 décembre 2019 · 🌐 👍 J'aime la Page ...

[Retour Conseil municipal 21/11] Aménagement

Afin de garantir un meilleur cadre de vie de ses habitants, l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) vise à adapter le Règlement National de Publicité (RLP) aux spécificités du territoire. Ce RLPI limite l'impact paysager de l'affichage publicitaire 🤓

Annemasse Agglo s'est fixée des orientations, dont voici un aperçu :

- ◆ Réduire la densité et le format des publicités
- ◆ Limiter l'impact des publicités et des enseignes lumineuses en fixant une plage d'extinction nocturne
- ◆ Harmoniser les zonages des 4 règlements locaux de publicité communaux existants et étendre la logique aux 8 communes qui sont uniquement couvertes par le règlement national de publicité
- ◆ Renforcer la réglementation en matière d'enseignes temporaires.



Facebook ville d'Annemasse - août 2019 et décembre 2019

 **Annemasse Agglo**, 😊 curieux.
8 octobre · 🌐

⚠️ Votre avis est important 🏡 Maîtriser l'implantation des affiches publicitaires sur le territoire pour améliorer la qualité des paysages... tels sont par exemple les objectifs du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) sur lequel vous êtes invités à donner votre avis. Pour en savoir plus 📄 <https://www.annemasse-agglo.fr/actio.../amenager-la-ville/rloi>



Designed by Freepk

 **Annemasse Agglo**, 😊 curieux.
25 novembre, 18:00 · 🌐

REUNION PUBLIQUE 🗣️, Venez débattre autour du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) d'Annemasse Agglo, mercredi 4 décembre de 19h à 20h30 🕒🗣️🗳️ C'est l'occasion de venir échanger sur l'avenir des affichages publicitaires sur l'agglo 😊

Plus d'infos 📄 <https://www.annemasse-agglo.fr/.../reglement-local-de-publici...>



Designed by Freepk

Facebook Annemasse Agglo - octobre 2019 et novembre 2019

CONCERTATION LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Le RLPI permet d'assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération en matière de publicité, d'enseigne et préenseigne, afin de préserver le cadre de vie et le paysage.

PARTICIPEZ !

Un registre de concertation est mis à disposition du public au siège d'Annemasse Agglo ou à la mairie de votre commune.

Donnez votre avis, vos attentes et vos idées :

directement sur les registres

ou

par mail : rlpi@annemasse-agglo.fr

ou

par courrier : Annemasse Agglo, 11 avenue Emile Zola 74100 ANNEMASSE

Plus d'informations sur
annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/amenager-la-ville/rlpi



Affiche "appel à la concertation" au siège d'Annemasse Agglo et dans les 12 mairies des communes membres

3 - INFO PRATIQUES

EXTINCTION DE L'ÉCLAIRAGE PUBLIC

La municipalité souhaite initier des actions en faveur de la maîtrise des consommations d'énergies, la préservation de l'environnement par la limitation des émissions de gaz à effet de serre et la lutte contre les nuisances lumineuses. A cet effet, lors du Conseil Municipal du 08 juillet, les élus ont décidé de renforcer l'extinction de l'éclairage public, qui sera interrompu sur l'ensemble de la commune **de minuit à cinq heures du matin, à compter du 1er août 2019.**



A voir aussi : l'évènement « la nuit est belle » pour éteindre les lumières de tout le Grand Genève, le temps d'une nuit, en page Environnement du bulletin.

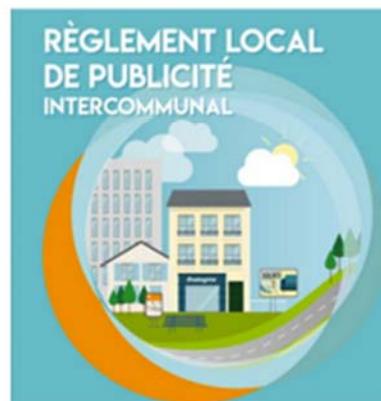
RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Un registre de concertation est mis à disposition du public, pour laisser vos remarques ou observations sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI).

Vous pouvez également consulter www.annemasse-agglo.fr en cliquant sur Menu/ actions et projets/ aménager la ville/ RLPI.

Ou envoyer vos mails à l'adresse suivante : rlpi@annemasse-agglo.fr

Ou par courrier au Président d'Annemasse Agglo, 11, avenue Emile Zola, 74 100 Annemasse.



VŒUX DU MAIRE: ANNONCEZ-VOUS EN MAIRIE

Vous êtes nouvel habitant sur notre commune? Venez vous annoncer en mairie, pour que nous puissions vous ajouter à notre liste des nouveaux habitants et vous souhaitez la bienvenue lors des vœux du Maire (en janvier).

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Un registre de concertation est mis à disposition du public, pour laisser vos remarques ou observations sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI).

Vous pouvez également consulter www.annemasse-agglo.fr en cliquant sur :

Menu/ actions et projets/ aménager la ville/ RLPI.

Ou envoyer un mail à : rlpi@annemasse-agglo.fr

Ou par courrier au Président d'Annemasse Agglo,
11, avenue Emile Zola, 74 100 Annemasse.



SCHÉMA DE COHÉRENCE TERRITORIAL (SCOT)

Annemasse Agglo finalise actuellement la révision de son schéma de cohérence territoriale (SCOT), document cadre d'urbanisme à l'échelle de l'agglomération autour de toutes les politiques publiques du quotidien: habitat, emménagement, mobilité, environnement, économie, emploi...

Un premier document de refonte de ce schéma a été établi: le Projet d'Aménagement et de Développement Durable, ou « PADD ». Il contient les grands axes de développement retenus.

L'ensemble du projet fait l'objet d'une **enquête publique en 2020** à laquelle tous les habitants sont conviés. D'ici février 2020, le nouveau SCOT sera finalisé, avant d'être définitivement approuvé en 2020.

Pour vous exprimer et participer, envoyer un email : scot@annemasse-agglo.fr



11

UN NOUVEAU RÈGLEMENT SUR LA PUBLICITÉ

Un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) est cours d'élaboration. Après avoir débuté en février 2019, la validation de ce document est prévue en février prochain ; l'année 2020 sera consacrée à la consultation officielle des partenaires et des habitants, dans le cadre d'une enquête publique organisée au début de l'été.

Un règlement local de publicité permet à la collectivité qui le met en oeuvre de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique.

Ce règlement permettra de planifier et maîtriser les implantations de publicité sur le territoire en apportant une meilleure lisibilité et une plus grande équité pour les acteurs économiques de l'agglomération.

De plus, le RLPI a pour objectif de préserver le cadre de vie et les paysages, tout en portant un soin particulier à la préservation des espaces verts et/ou naturels et plus généralement du patrimoine architectural et paysager. Ce règlement veillera également à préserver l'attractivité économique et commerciale ainsi que la liberté d'expression. Il accompagnera les grands projets urbains et les infrastructures de transport (tram, nouvelle gare d'Annemasse, Ecoquartier Etoile, etc.).

Vous êtes invité à vous exprimer sur le ce futur règlement en :
 écrivant à rpi@annemasse-agglo.fr

laissant un commentaire dans le registre disponible à l'accueil de la mairie

écrivant à M. le président d'Annemasse Agglo, 11 avenue E. Zola
 74100 ANNEMASSE



Site internet et bulletin communal d'Ambilly, décembre 2019

ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

[HTTPS://WWW.ANNEMASSE-AGGLO.FR/ACTIONS-ET-PROJETS/AMENAGER-LA-VILLE/RLPI](https://www.annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/amenager-la-ville/rlpi)

Un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est en train d'être élaboré par Annemasse Agglo.

LE RLPI : QU'EST-CE QUE C'EST ?

Le règlement local de publicité permet à la collectivité qui le met en oeuvre de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique (affichage publicitaire scellé au sol ou sur les bâtiments...), mais aussi des enseignes (inscription apposée sur un bâtiment ou scellée au sol et relative à une activité qui s'y exerce) et des pré-enseignes (inscription indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité).

FONCTIONNEMENT ACTUEL

Actuellement, seules les communes d'Annemasse, Bonne, Gaillard et Ville-la-Grand ont leur propre règlement local de la publicité (RLP). Les autres communes, dont Vétraz-Monthoux, n'ayant pas de réglementation au niveau local, c'est le règlement national de publicité qui s'applique.



QU'EST-CE QUI VA CHANGER ?

La mise en place d'une réglementation locale permettra de transférer ce pouvoir de police en matière d'enseignes et de publicité vers tous les Maires de l'agglomération, mais également d'avoir une réglementation unique à l'échelle de l'agglomération.

Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération.

OBJECTIFS D'UN RLPI

L'enjeu de la mise en oeuvre du RLPI est de préserver le cadre de vie et les paysages, tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression.

Les objectifs de la mise en place du RLPI sont les suivants :

- Planifier l'implantation de la publicité et des enseignes, tout en veillant à préserver la liberté de communication.
- Maîtriser l'implantation de la publicité sur le territoire.
- Améliorer la qualité paysagère du territoire et plus particulièrement des entrées de ville.
- Intégrer les enjeux « Grenelle 2 ».
- Anticiper les grands projets urbains et les infrastructures de transport.
- Apporter une meilleure lisibilité et une plus grande équité pour les acteurs économiques.

CONTENU D'UN RLPI

Le RLPI est composé d'un rapport de présentation et d'un règlement. Il contient également des annexes graphiques.

LE RLPI, UN PROJET SOUMIS À CONCERTATION DU PUBLIC

Les études ont débuté au deuxième trimestre 2019 et le RLPI devrait voir le jour en 2020. La phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLPI et permet ainsi à tous les acteurs impliqués de s'exprimer.

Une série de réunion dont une publique, a par ailleurs été organisée début décembre à destination de ces différents acteurs.

POUR VOUS EXPRIMER SUR LE SUJET VOUS POUVEZ

Envoyer un mail à :

rpi@annemasse-agglo.fr

Laisser un commentaire dans les registres disponibles à l'accueil de l'Hôtel d'Agglo ou dans les Mairies (en Mairie-annexe pour Vétraz-Monthoux, 2 ch. des Erables)

Écrire par voie postale à M. le Président d'Annemasse Agglo
 11 av. Emile Zola, 74100 Annemasse

Bulletin municipal de Vétraz-Monthoux, décembre 2019

Les projets et affaires communales

Urbanisme : modification en cours

La commune communique en pages intérieures du journal, les avis de publication réglementaires concernant les procédures en cours en matière d'urbanisme – une révision allégée et une modification du Plan Local d'Urbanisme portant sur l'aménagement des parcelles sur ou à proximité du site Altéa, tout en permettant de maintenir les parcelles boisées entourant le secteur.

Révision allégée n° 1

- Réduction de l'espace boisé classé sur les 3 parcelles
- Evolution de leur classement dans leur zonage.

Modification N°1

- Ajout d'une inscription graphique visant à préserver la bande boisée existante à l'entrée de la commune
- Ajustement du règlement de la zone pour se rapprocher des règles du PLU de Ville-la-Grand et faciliter l'instruction des projets d'implantation d'entreprises à cheval entre os deux communes.
- Re-délimitation des certains secteurs sur le site Altéa visant à limiter les implantations tertiaires.
- Création d'une zone naturelle et d'un espace boisé classé sur une parcelle afin de favoriser la qualité paysagère du technosite Altéa.

Prime Chauffage Bois



Votre appareil de chauffage est ancien ? Savez-vous qu'il pollue, aussi bien l'air extérieur qu'intérieur ?

Annemasse Agglo vous aide à changer votre appareil de chauffage au bois (poêle, insert, cheminée, chaudière...) pour un nouveau poêle moins polluant en vous accordant une prime de 1 000 €.

Le dispositif est reconduit cette année.

Renseignements en mairie ou sur le site internet d'Annemasse Agglo.

Schéma de COhérence Territoriale - SCOT

En parallèle de ces grands et petits aménagements, le projet de révision sur Schéma de Cohérence du Territoire, le SCOT, est engagé sur l'agglomération.

Il s'agit de toute une série de documents de référence qui aidera les 12 communes à orienter et réglementer l'aménagement du territoire. Il vient chapeauter en quelque sorte le plan d'urbanisme d'une commune.

Toutes les dimensions sont traitées : l'environnement, l'habitat, les transports, les espaces agricoles, etc.

Le but est bien de maîtriser et de mettre en cohérence l'aménagement du bassin, entre développement bien pensé et respect du cadre de vie.

Les étapes de rédaction et de concertation s'achèvent. Le document sera arrêté par vote du conseil communautaire début 2020. La phase d'enquête publique et d'adoption est reportée dans le mandat suivant.

Renseignements en mairie ou sur le site de la commune.



Un nouveau règlement de publicité

Un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est en train d'être élaboré par les communes de l'Agglo.

Il permet de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires et des enseignes, et protéger le cadre de vie.

Une phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLPI et permet à tous de s'exprimer (habitants, associations, commerçants, professionnels de l'affichage, etc.).

Vous pouvez vous exprimer sur le sujet :

- envoyer à mail à rlpi@annemasse-agglo.fr
- laisser un commentaire dans les registres disponibles à l'accueil de de l'Agglo ou à la mairie.
- écrire à l'adresse suivante : Annemasse Agglo, M. le Président, 11 av. Emile Zola, 74100 ANNEMASSE.

Après enquête publique, il sera adopté et mis en œuvre dans chacune des communes en 2020.

Révision du SCOT : où en sommes-nous ?



Annemasse Agglomération

Annemasse agglo travaille actuellement sur la révision du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT), document cadre d'urbanisme à l'échelle de l'agglomération autour de toutes les politiques publiques du quotidien : habitat, aménagement, mobilité, environnement, économie, emplois, etc.

Le dernier SCOT a été voté en 2007. Plus de 10 ans plus tard, le territoire a changé, les exigences en matière d'environnement aussi. En 2018, les élus d'Annemasse Agglo ont donc décidé de travailler à sa refonte.

Dans le cadre de cette révision, un premier document clé a été établi : le **projet d'aménagement et de développement durable (PADD)**. Il définit les grands axes de développement retenus pour sa refonte, avec un mot d'ordre : « faire mieux avant de faire plus ». Ainsi, les trois axes stratégiques à horizon 2032 sont de :

Envie de participer à la révision du SCOT ?
Envoyez un mail à : scot@annemasse-agglo.fr
En savoir plus : <https://annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/amenager-la-ville/revision-scot>

Poursuivre et renforcer la prévention d'un cadre de vie de qualité sur le territoire : place de la nature en ville, intégration des trames verte et bleue, préservation des espaces naturels protégés et des espaces agricoles, développement de pratiques plus durables, valorisation des paysages du territoire ;

Planifier un développement maîtrisé et structuré pour un territoire équilibré et solidaire : Volonté d'accueillir et loger une population diversifiée tout en déployant une offre d'équipements et de services de proximité adaptée aux besoins, limiter la consommation d'espace, respecter les ressources locales tout en prenant en compte l'enjeu d'adaptation au changement climatique ;

Affirmer une agglomération ouverte et rayonnante en s'appuyant sur la valorisation de tous ses atouts, pour améliorer la perception du territoire : accompagner le

développement de filières innovantes, soutenir les activités artisanales et innovantes, vitaliser les centralités en matière d'équipements de proximité et de commerces, investir dans les opportunités de la ville durable et de la transmission énergétique.

Ce PADD sert de socle pour l'élaboration du Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO), qui est une traduction opérationnelle des principes énoncés et qui devra fixer les règles opposables aux documents d'urbanisme de l'ensemble du territoire. Il sera

complété par un document spécifique sur les enjeux de développement commercial, le Document d'Aménagement Artisanal et commercial (DAAC).

L'ensemble du projet de SCOT fera l'objet d'une enquête publique en 2020 à laquelle tous les habitants du territoire sont conviés à participer. Une réunion publique sera également prévue à l'automne 2019. D'ici la fin de l'année 2019, le nouveau SCOT sera finalisé, avant d'être définitivement approuvé courant 2020.

Un règlement commun pour la publicité

Un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) est en train d'être élaboré par Annemasse Agglo. Il sera ensuite adopté et mis en œuvre individuellement dans chacune des communes de l'agglomération.

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPI) : qu'est-ce que c'est ?

Le règlement local de publicité permet à la collectivité qui la mis en œuvre de définir des règles pour encadrer l'importation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique (affichage publicitaire scellés au sol ou aux bâtiments...), mais aussi des enseignes (inscription apposée sur un bâtiment ou scellée au sol et relative à une activité qui s'y exerce) et des préenseignes (inscription indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité : ex. "boucherie dans 50m").

Fonctionnement actuel sur l'agglo

Actuellement, seules les communes d'Annemasse, Bonne, Gaillard et Ville-la-Grand ont leur propre règlement local de la publicité (RLP).

Les autres communes n'ayant pas de réglementation au niveau local, c'est aujourd'hui le règlement national de publicité (code de l'environnement) qui s'applique et seules les déclarations autorisant l'affichage publicitaire sont gérées par les services de l'Etat (pouvoir de police de préfet).

Qu'est-ce qui va changer ?

La mise en place d'une réglementation locale au niveau intercommunal permettra ainsi de transférer ce pouvoir de police en matière d'enseignes et de publicité vers tous les maires de l'agglomération, comme c'est le cas actuellement pour les communes ayant déjà une réglementation locale mais également d'avoir une réglementation unique à l'échelle de l'agglomération.

Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération et les déclarations pour la publicité mais aussi pour les enseignes seront autorisées par les maires.

Objectifs de la mise en place d'un RLPI

L'enjeu de la mise en œuvre de RLPI est de préserver le cadre de vie et les paysages, en portant un soin particulier à la préservation des espaces verts et/ou naturels et plus généralement du patrimoine architectural et paysager dans le développement de la publicité et des enseignes, tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expansion.

Les objectifs de la mise en place du RLPI sont les suivants :

- Planifier l'implantation de la publicité et des enseignes à l'échelle intercommunale, en favorisant une harmonisation entre les réglementations existantes et en adaptant, dans certains cas, la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire, tout en veillant à préserver l'attractivité économique et commerciale ainsi que la liberté de communication.
- Maîtriser l'implantation de la publicité sur le territoire, notamment dans les communes non couvertes actuellement par un règlement local de publicité (soit 8 communes sur 12) pour gérer les autorisations de publicité/enseigne.
- Améliorer la qualité paysagère du territoire et plus particulièrement des entrées de ville, notamment le long des grands axes de circulation qui traversent l'agglomération et dans les zones d'activités qui les bordent.
- Intégrer les enjeux "Grenelle 2" sur la réglementation nationale, plus restrictive en matière de format, de densité de la publicité et d'extinction nocturne.
- Anticiper les grands projets urbains et les infrastructures de transport structurant le territoire (Tram Annemasse Genève, nouvelle gare d'Annemasse, Ecoquartier Etoile, etc.) sur le développement des enseignes et de la publicité.

- Apporter une meilleure lisibilité et une plus grande équité pour les acteurs économiques

Le RLPI

Il est composé d'un rapport de présentation présentant un état des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes sur le territoire (diagnostic) ainsi que les enjeux paysagers, des orientations générales en matière de publicité extérieure (objectifs et enjeux de la réglementation) et d'un règlement qui définit l'ensemble des règles (en adaptant le règlement national contenu dans le code de l'environnement au contexte local) applicable à la publicité et aux enseignes sur l'ensemble du territoire intercommunal.

Il contient également des annexes graphiques permettant de délimiter les zones dans lesquelles s'appliquent les règles, en fonction des différents secteurs identifiés.

Le RLPI, un projet soumis à concertation du public

Les études ont débuté au deuxième trimestre 2019 par le diagnostic et le RLPI devrait voir le jour en 2020, après enquête publique.

La phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet RPLI et permet ainsi à tous les acteurs impliqués de s'exprimer (habitants, associations, commerçants, professionnels de l'affichage, etc...). Une série de réunion dont une publique, sera par ailleurs organisée en fin d'année 2019 à destination de ces différents acteurs.

Toute personne souhaitant s'exprimer sur le sujet peut envoyer à mail à ripi@annemasse-agglo.fr ou laisser un commentaire dans les registres disponibles à l'accueil de l'hôtel d'agglo ou dans les Maires des 12 communes de l'agglomération ou encore écrire par voie postale à l'adresse suivante : M. le président, 11 avenue Emile Zola, 74100 ANNEMASSE

Plus d'informations :
<https://www.annemasse-agglo.fr/action-et-projet/amenager-la-ville/ripi>

13

Le règlement local de publicité intercommunal, pour préserver cadre de vie et le paysage

PARTAGER: [FACEBOOK](#) [TWITTER](#) [IMPRIMER](#) [ENVOYER PAR EMAIL](#)

EN BREF

L'ESSENTIEL

LES POINTS CLEFS

EN SAVOIR PLUS

EN BREF

L'élaboration d'un règlement local de publicité à l'échelle intercommunale

Une fois mis en œuvre, le règlement local de publicité permet à la collectivité de définir la conformité des publicités, enseignes et pré-enseignes, l'objectif étant de préserver l'environnement et le cadre de vie des habitants. Aujourd'hui, le règlement local de publicité est en phase de conception à l'échelle intercommunale, pour assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération.

L'ESSENTIEL

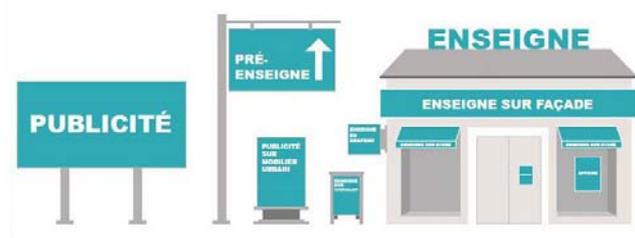
Une volonté de préserver le paysage

EN BREF

L'ESSENTIEL

LES POINTS CLEFS

EN SAVOIR PLUS



Le règlement local de publicité intercommunal (RLPI) est destiné à **réglementer les conditions d'implantation et les formats des dispositifs de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes.**

L'objectif principal de ce document cadre est de **préserver le cadre de vie et les paysages**, en portant un soin particulier à la protection des espaces verts et à la mise en valeur du patrimoine architectural et paysager, tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression.

Il permet d'adapter localement le règlement national de la publicité (RNP) que l'on retrouve dans le Code de l'environnement.

Il sera composé d'un état des lieux, des orientations générales de la thématique et des règles applicables sur l'ensemble du territoire ou sur des zones repérées comme devant être traitées spécifiquement.

Il sera **applicable sur les 12 communes de l'agglomération.**

Source illustration : Grand Angoulême



Actuellement, seules les communes d'Annemasse, Bonne, Gaillard et Ville-la-Grand ont chacune leurs propres règlements. Les autres communes n'ayant pas de réglementation au niveau local, c'est aujourd'hui le règlement national de publicité qui s'applique et seules les déclarations autorisant l'affichage publicitaire sont gérées et autorisées par la Préfecture. Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération et les déclarations pour la publicité mais aussi pour les enseignes seront autorisées par les maires.

Les principaux types de dispositifs réglementés visibles depuis la voie publique sont de plusieurs ordres :

- La **publicité** (affichage, panneau d'information, bâches publicitaires, etc.)
- Les **enseignes** (inscription apposée sur un bâtiment et relative à une activité qui s'y exerce)
- Les **pré-enseignes** (inscription indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité : ex. "Boucherie dans 50m")

Les études débiteront en ce second trimestre 2019 et le RLPI devrait ainsi voir le jour en 2020, après enquête publique.

commerçants, professionnels de l'affichage, etc.).

Vous pouvez d'ores et déjà **donner votre avis, évoquer vos attentes et émettre des idées** en envoyant un mail à rlpi@annemasse-agglo.fr.

Vous pouvez consulter le dossier d'information disponible à l'accueil de l'Hôtel d'Agglo, au 11 avenue Emile Zola, à Annemasse, et contribuer aux réflexions en laissant un commentaire dans le registre mis à votre disposition.

[Consultez le pré-projet du RLPI \(Rapport de présentation, partie réglementaire et annexe\).](#)

[Consultez la présentation projetée lors de la réunion publique du 04 décembre 2019.](#)

EN SAVOIR PLUS

Ce sujet m'intéresse, je veux en savoir plus

À télécharger

Délibération du 13/02/2019 prescrivant le RLPI

📄 Télécharger au format PDF

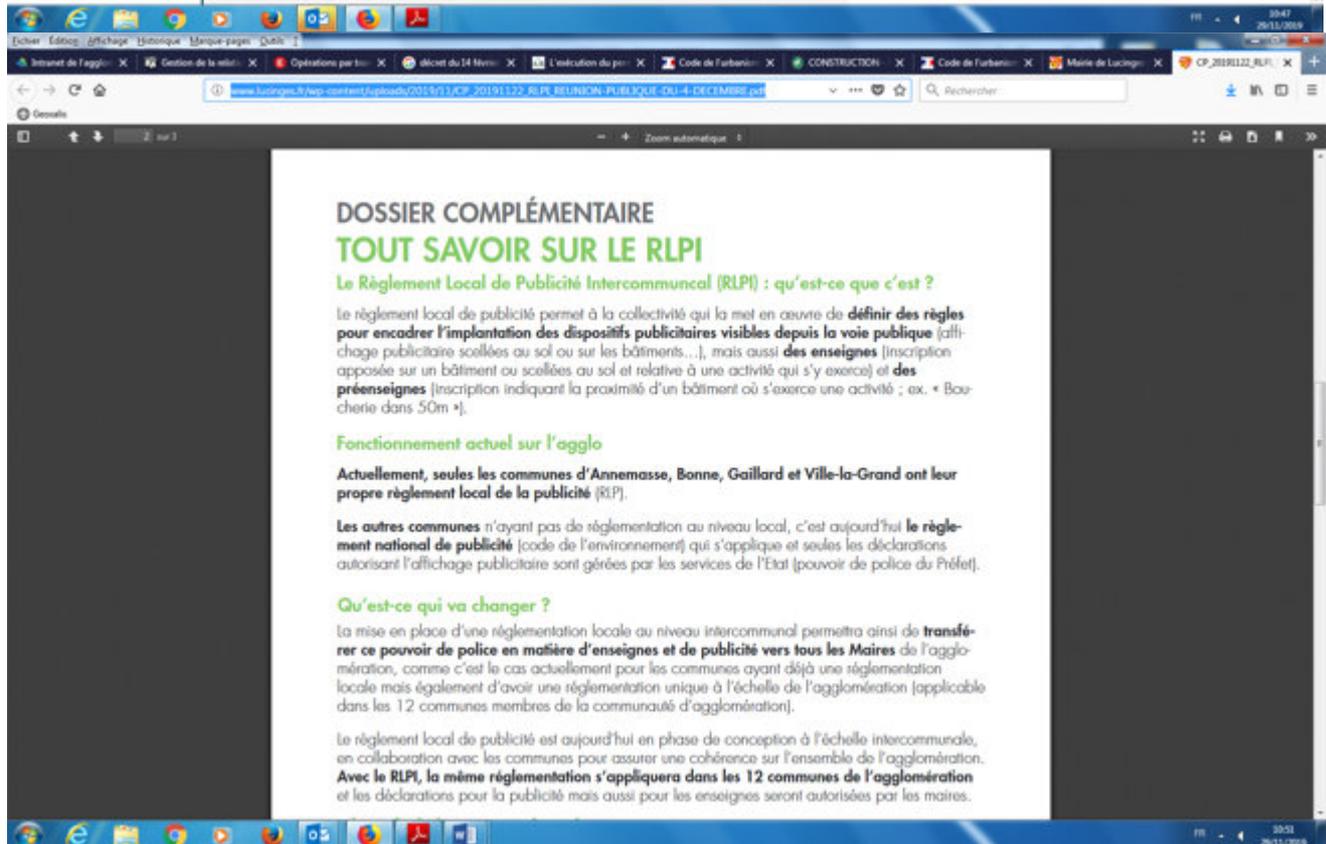
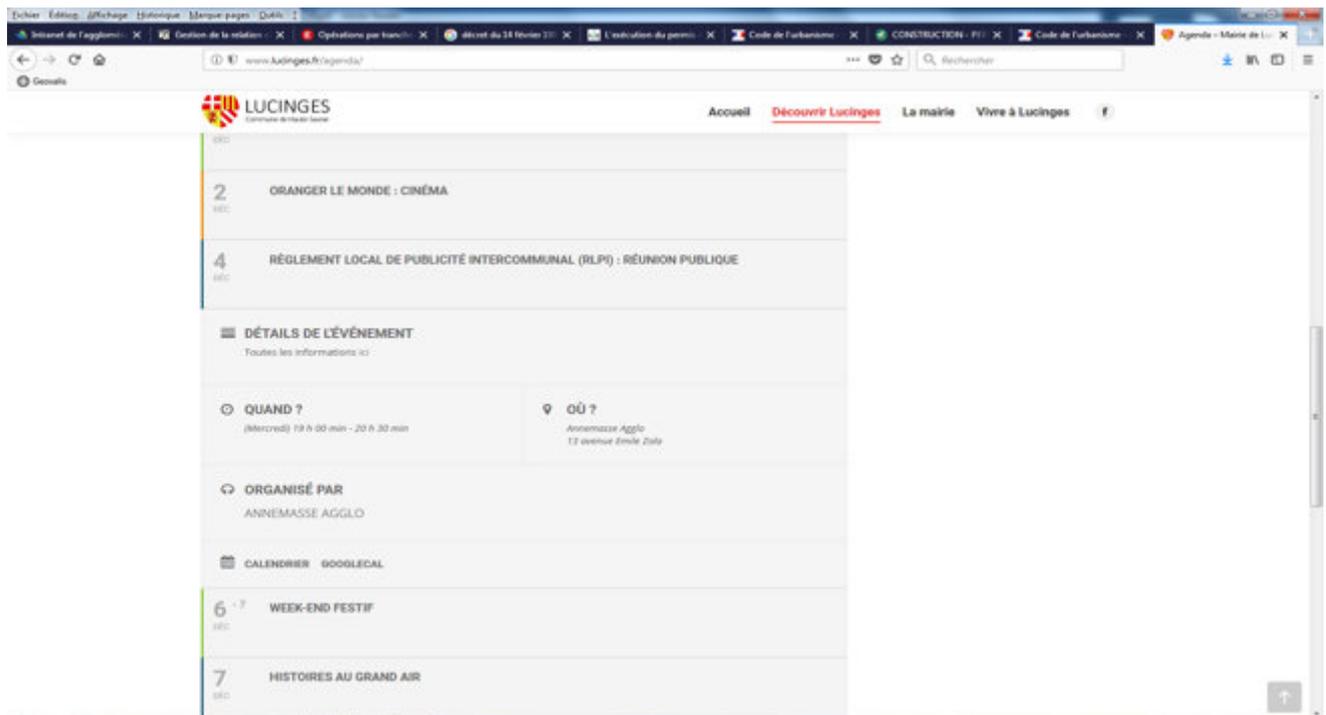
Pré projet RLPI : tome 1 : Rapport de présentation

📄 Télécharger au format PDF

Pré projet RLPI : tome 2 : Partie réglementaire

📄 Télécharger au format PDF

Pré projet RLPI : tome 3 : Annexes



http://www.lucinges.fr/wp-content/uploads/2019/11/CP_20191122_RLPI_REUNION-PUBLIQUE-DU-4-DECEMBRE.pdf

Site internet de la commune de Lucinges - septembre et novembre 2019

Enquêtes & concertations - Villo - x

Concertation sur le projet de R...

annemasse.fr/au-quotidien/urbanisme/concertation-sur-le-projet-de-reglement-local-de-publicite-intercommunal-rpl...

Applications Culture pour esp... Les associations sur... Association des us... Consulter les ann... Éditions Règlements locau... Accessibilité_jyph... PCB-guide-securit... urbanisme_comme... Exemples 'de const...

Concertation sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)

La Communauté d'agglomération « Annemasse - Les Voirons Agglomération » a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) par délibération du conseil communautaire du 13 février 2019.

Le RLPI a pour objectif d'assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération en matière de dispositifs de publicité, enseigne et préenseignes.

TÉLÉCHARGER

délibération du conseil communautaire du 13 février 2019
PDF - 4,1 Mo

porter à connaissance des services de l'Etat
PDF - 11,7 Mo

La phase de concertation est engagée, participez !

La concertation est mise en oeuvre pour associer les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées, notamment les professionnels de l'affichage publicitaire et de l'enseigne commerciale, les commerçants ainsi que les associations de défense de l'environnement ou du cadre de vie.

Modalités de la concertation

Un registre de concertation est mis à la disposition du public au siège d'Annemasse Agglo et dans les mairies de l'agglomération.

COMMUNIQUE_20190310_NDU

affiche Appel à concertation 01

annemasse.fr/au-quotidien/urbanisme/concertation-sur-le-projet-de-reglement-local-de-publicite-intercommunal-rpl...

Applications Culture pour esp... Les associations sur... Association des us... Consulter les ann... Éditions Règlements locau... Accessibilité_jyph... PCB-guide-securit... urbanisme_comme... Exemples 'de const...

DÉMARCHES

Rechercher: Sollicitez votre recherche

Modalités de la concertation

Un registre de concertation est mis à la disposition du public au siège d'Annemasse Agglo et dans les mairies de l'agglomération.

A Annemasse, le registre est déposé au service Urbanisme Foncier en mairie d'Annemasse (entrée rue du Commerce, 1^{er} étage) et laissé à la disposition du public afin de déposer remarques et observations pendant les heures d'ouverture du service au public :

- lundi, mercredi, jeudi : 9h00 à 12h00 / 13h30 à 17h00
- mardi : 9h00 à 12h00 / 13h30 à 18h00
- vendredi : 9h00 à 17h00 sans interruption

Vous pouvez également donner votre avis, évoquer vos attentes et émettre des idées

- par vote électronique à l'adresse suivante : rpl@annemasse-agglo.fr
- par courrier à Monsieur le Président d'Annemasse Agglo - 11 avenue Emile Zola - 74100 ANNEHASSE

Le dossier est également consultable sur le [site internet d'Annemasse Agglo](http://site.internet.d'Annemasse.Agglo).

Pour contacter Annemasse Les Voirons Agglomération

Accueil public : du lundi au vendredi de 8h30 à 12h et de 13h30 à 17h
TÉL +33 (0)4 50 87 83 00

<https://www.annemasse.fr/au-quotidien/urbanisme/concertation-sur-le-projet-de-reglement-local-de-publicite-intercommunal-rpl>

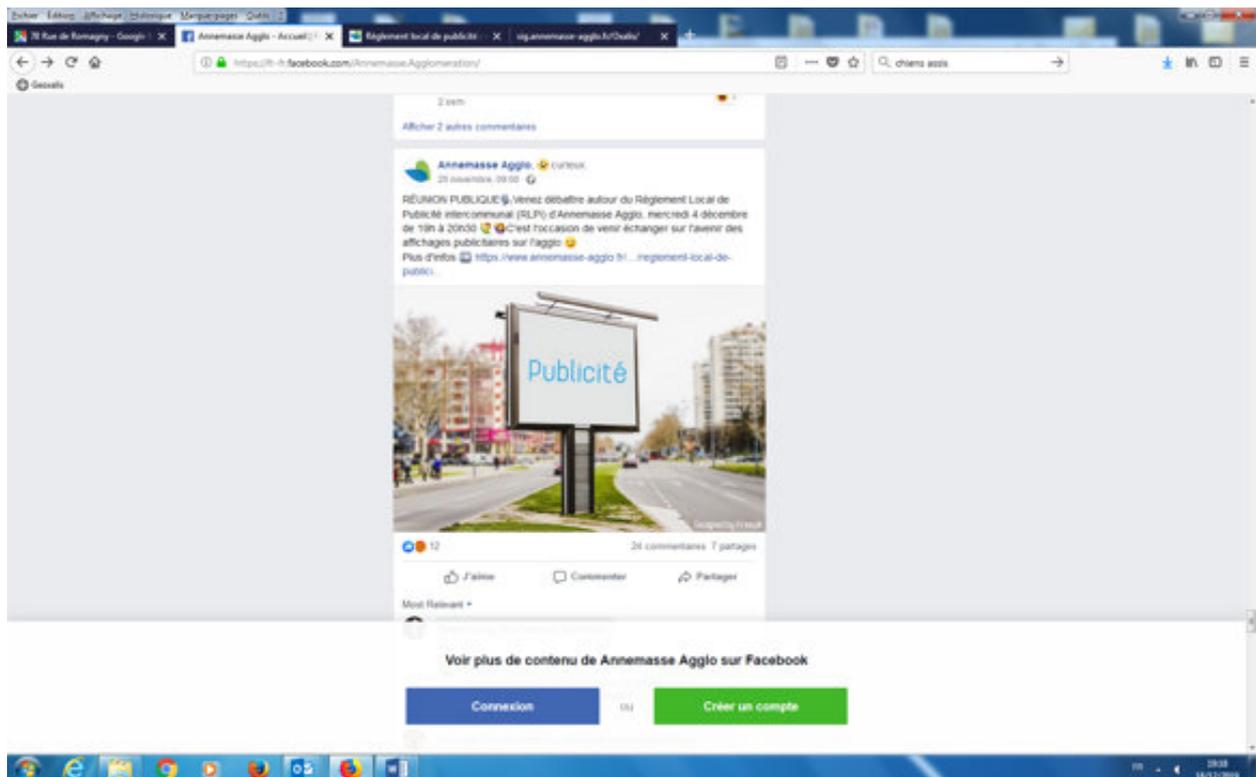


https://www.annemasse.fr/fileadmin/02-Au_quotidien/Urbanisme/Enquetes_concertations_et_consultations_publicques/RLPI/Affiche-Appel-a-concertation-VF.pdf

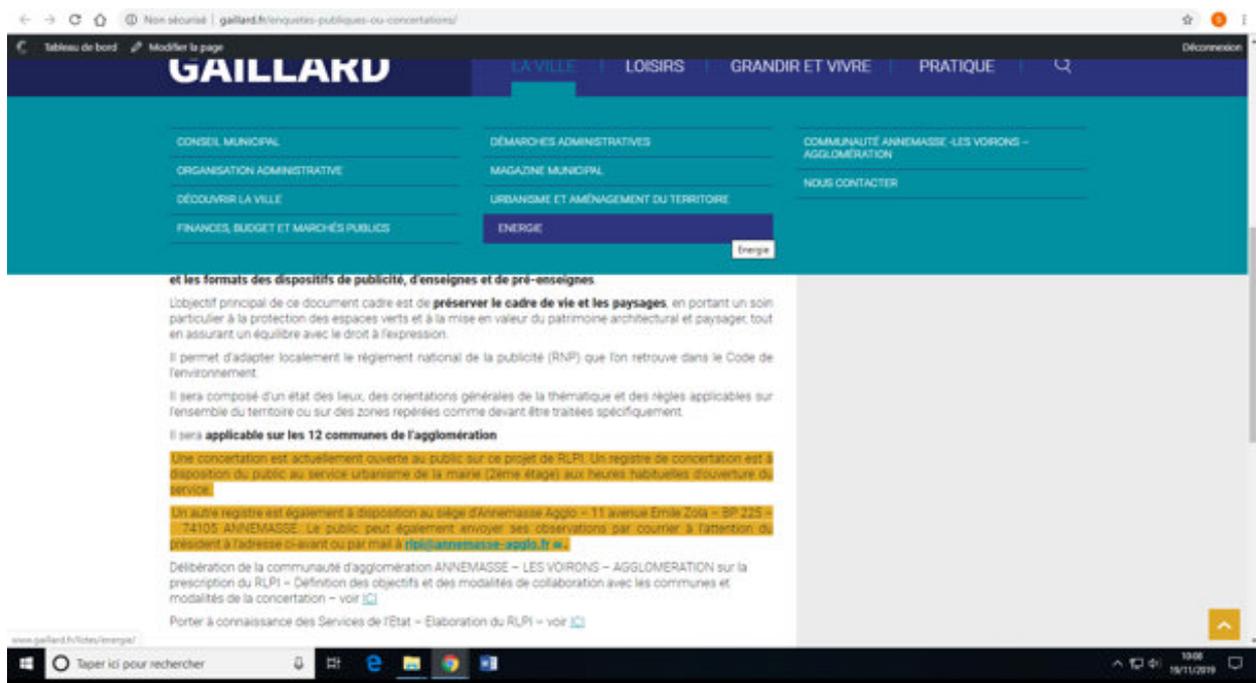


https://www.annemasse.fr/fileadmin/02-Au_quotidien/Urbanisme/Enquetes_concertations_et_consultations_publicques/RLPI/COMMUNIQUE_20190918_NOUVEAU-ANNEMASSE-AGGLO-ELABORE-SON-RLPI.pdf

Site internet de la ville d'Annemasse - septembre 2019



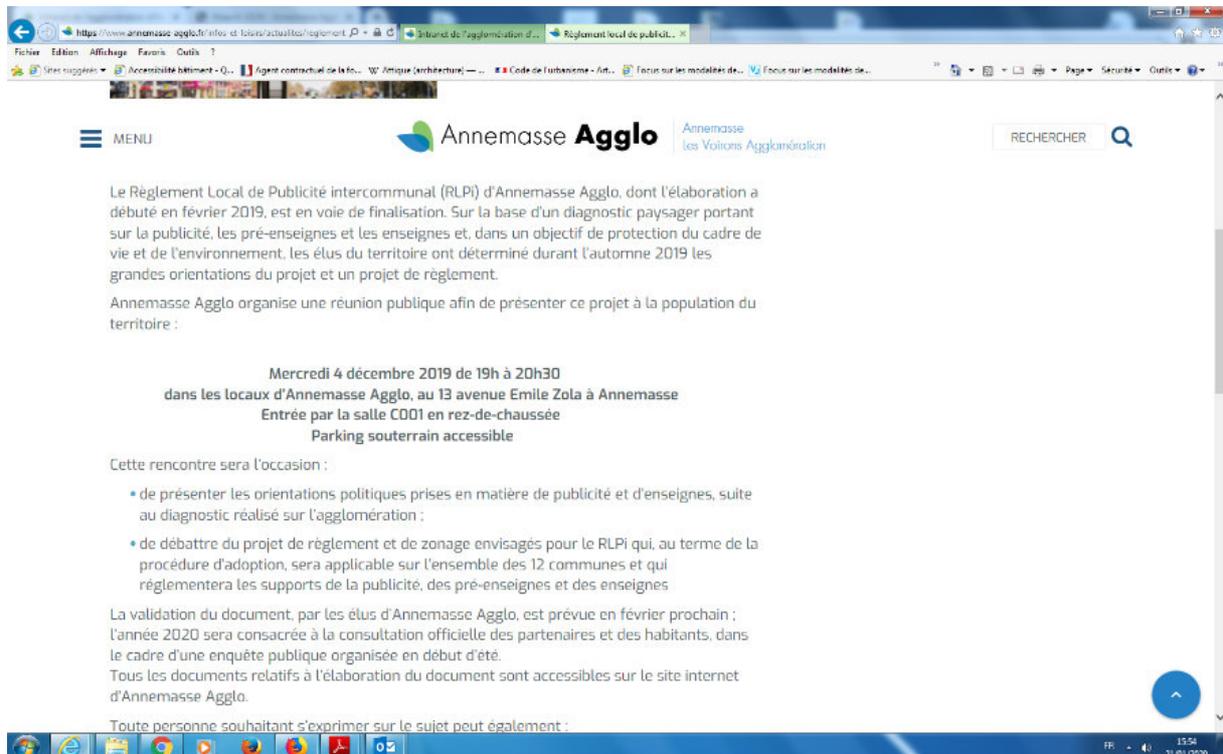
Facebook d'Annemasse Agglo – décembre 2019 (réunion publique)



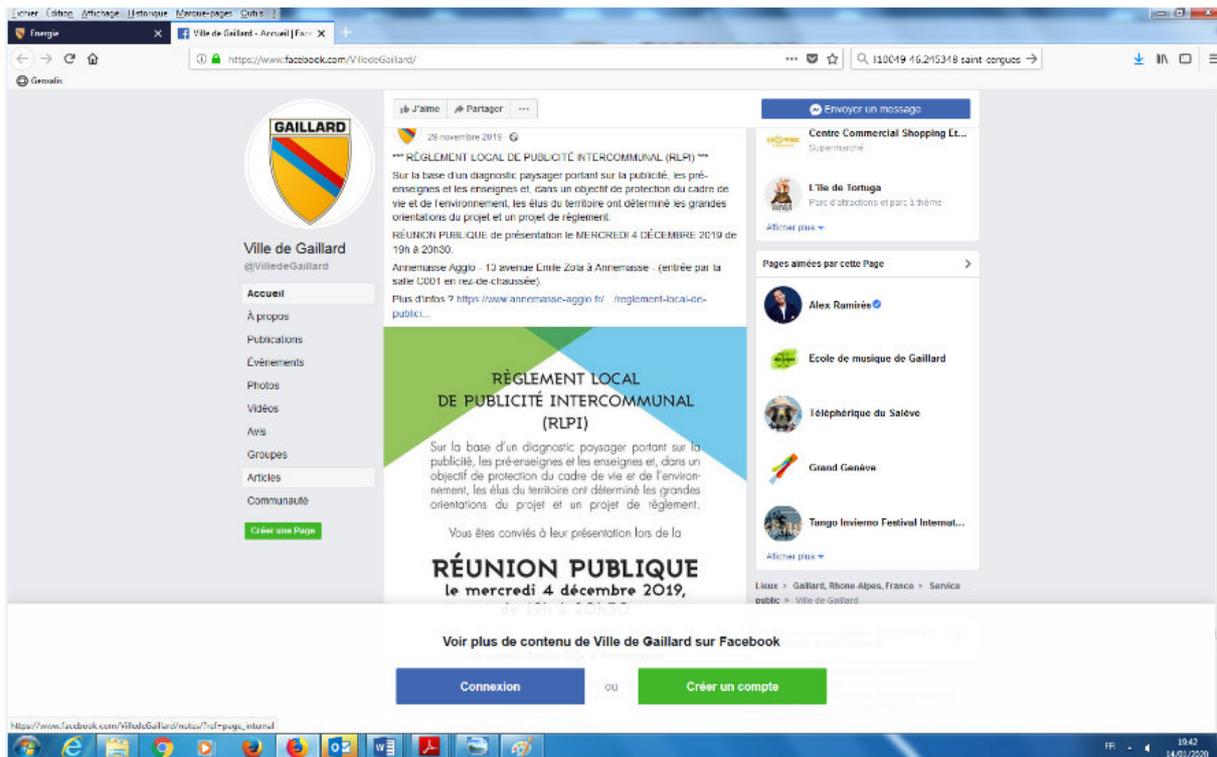
Site internet de la ville de Gaillard - novembre 2019



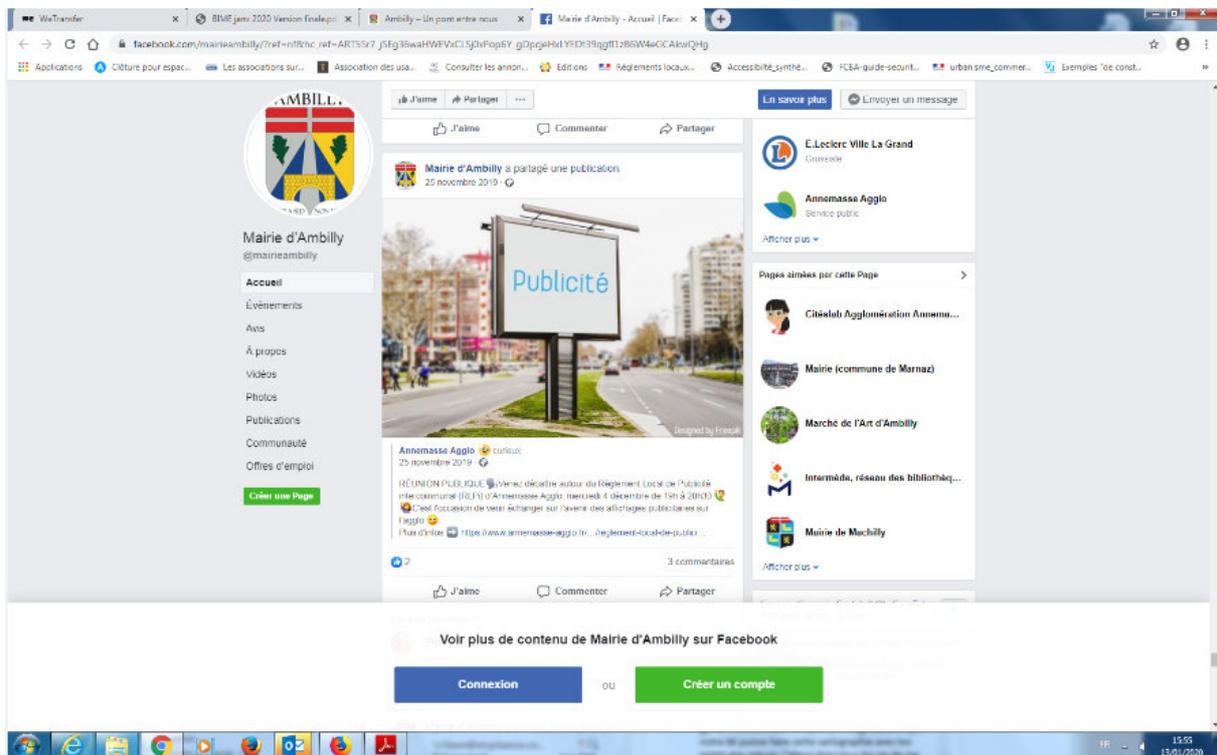
Site internet de la ville de Cranves-Sales - octobre 2019



Site internet d'Annemasse Agglo - réunion publique décembre 2019



Facebook de la ville de Gaillard - décembre 2019



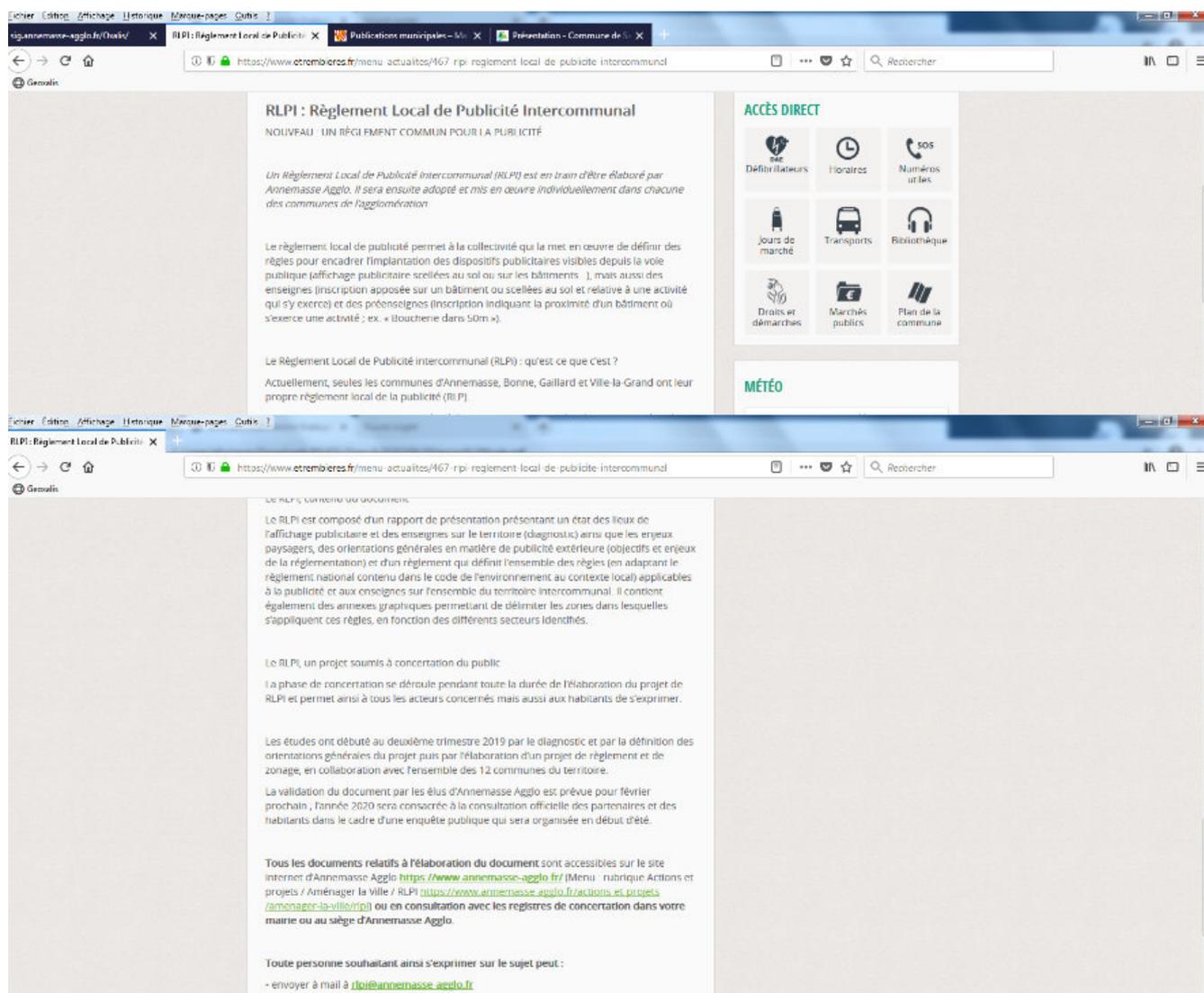
Facebook de la ville d'Ambilly - réunion publique décembre 2019



Site internet de la ville de Machilly



Site internet de la ville d’Ambilly



Site internet de la ville d'Etrembières



AU SOMMAIRE :

- LE MOT DU MAIRE** p.1
- MARCHÉ DE NOËL** p.2
- INAUGURATION DU TRAM** p.2
- LA POLICE MUNICIPALE** p.2
- RÈGLEMENT PUBLICITÉ** p.3
- « LIBERTÉ D’AFFICHER »** p.3
- I AM BILLY** p.4
- L’AGENDA** p.4



LE MOT DU MAIRE



L'année 2019 touche à sa fin. Elle a été riche en événements mobilisateurs, aussi bien au niveau national comme le mouvement des Gilets Jaunes, qu'au niveau local tel que nous l'avons connu avec la manifestation devant notre bureau de poste. Contrairement à ce que certains peuvent penser, cela démontre que notre société ne se réduit pas à une somme d'individualités et que lorsque les enjeux sont présents, l'action collective prend le pas sur les intérêts particuliers. Que l'on soit engagé dans la vie publique, dans un parti politique, au sein d'une association, d'un club sportif ou d'une chorale, le sentiment qui domine est toujours celui qu'à plusieurs, nous irons plus loin que tout seul. C'est ainsi que l'humanité a toujours avancé, c'est ainsi que nous batissons un futur pour nous-mêmes et pour les générations qui nous suivront. On a pu voir les fruits de tels élan collectifs récemment sur la commune avec plusieurs manifestations. Le marché de Noël a une nouvelle fois rassemblé les Ambilliens autour d'animations pour les petits et les grands. De nombreuses associations ont répondu présentes pour participer à ce rendez-vous tra-

ditionnel et incontournable. La semaine suivante, c'est l'inauguration du tram qui a animé la rue de Genève. Autour de l'arrêt Croix d'Ambilly, les habitants ont pu se familiariser avec ce nouveau moyen de transport, tant attendu par toute une agglomération et même au-delà ! Comme l'indiquait le slogan de cette manifestation, c'est maintenant « A vous de jouer » pour faire vivre ce transport en commun et fluidifier les déplacements. Depuis le 15 décembre, le Leman Express est également en service. Le chantier pour sa réalisation a été éprouvant pour notre commune mais cette liaison ferroviaire contribuera également à améliorer la qualité de l'air de notre région ainsi que notre qualité de vie. Il s'avère cependant que les passages de ce nouveau train produisent des nuisances pour les riverains : les responsables et les autorités en ont été informés et la mairie, qui suit ce dossier avec attention, défendra ses administrés et leur tranquillité. Je vous souhaite à toutes et à tous de passer de belles fêtes de fin d'année.

Guillaume MATHÉLIER

UN NOUVEAU RÈGLEMENT SUR LA PUBLICITÉ

Un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) est cours d'élaboration. Après avoir débuté en février 2019, la validation de ce document est prévue en février prochain ; l'année 2020 sera consacrée à la consultation officielle des partenaires et des habitants, dans le cadre d'une enquête publique organisée au début de l'été. Un règlement local de publicité permet à la collectivité qui le met en oeuvre de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique. Ce règlement permettra de planifier et maîtriser les implantations de publicité sur le territoire en apportant une meilleure lisibilité et une plus grande équité pour les acteurs économiques de l'agglomération. De plus, le RLPI a pour objectif de préserver le cadre de vie et les paysages, tout en portant un soin particulier à la préservation des espaces verts et/ou naturels et plus généralement du patrimoine architectural et paysager. Ce règlement veillera également à préserver l'attractivité économique et commerciale ainsi que la liberté d'expression. Il accompagnera les grands projets urbains et les infrastructures de transport (tram, nouvelle gare d'Annemasse, Ecoquartier Etoile, etc.).

Vous êtes invité à vous exprimer sur le ce futur règlement en :
 écrivant à rflpi@annemasse-agglo.fr
 laissant un commentaire dans le registre disponible à l'accueil de la mairie
 écrivant à M. le président d'Annemasse Agglo, 11 avenue E. Zola
 74100 ANNEMASSE



EXPOSITION COLLECTIVE
VEN 10 JANVIER 19H30
29, RUE JEAN JAURÈS AMBILLY

SERIGALERIE
 (ÉVÈNEMENT : « LIBERTÉ D’AFFICHER »)

JO NIALIDAY... OK...
 ANNE ÉMONE... OK...
 LEE BERTÉ-D'EXPRESS... ?!
 OH M****!!

« LIBERTÉ D’AFFICHER »

En janvier 2015, la France était touchée de plein fouet par le terrorisme. En frappant la rédaction de Charlie Hebdo, c'est la liberté d'expression qui était visée. Spontanément, des milliers de Français sont descendus dans la rue pour manifester leur volonté de ne pas céder à la peur et leur soutien aux journalistes et caricaturistes.

C'est pour ce souvenir de cet élan citoyen que la mairie d'Ambilly vous donne rendez-vous **vendredi 10 janvier 2020 à 19h30** devant la mairie, sur la place du 7 au 11 janvier 2015 pour un événement intitulé « Liberté d'afficher ». Après un temps officiel, c'est à la Halle en Verre que l'association Giltch proposera une animation artistique autour de la liberté d'expression. Des portraits des membres de la rédaction de Charlie Hebdo disparus seront réalisés avant un geste artistique et une démonstration de "light painting".

L'année dernière, la commune avait accueilli l'exposition #JeDessine, constituée de 150 dessins d'enfants reçus à la rédaction de Charlie Hebdo au lendemain des attentats. Ils ont été mis en forme par l'association Dessinez Créez Liberté pour réaliser un véritable support pédagogique

Inscriptions sur les listes électorales

Vous avez jusqu'au 7 février 2020, pour pouvoir voter aux municipales des 15 et 22 mars. Si vous avez changé d'adresse, il vous faudra vous présenter en mairie pour effectuer les modifications muni d'un justificatif de domicile récent.

Service Réglementation Générale 04 50 95 07 63



70 litres

C'est la capacité de dix nouvelles corbeilles de rue de grande taille (35 l pour les corbeilles classiques). Elles ont été installées dans les secteurs où les corbeilles étaient le plus rapidement remplies, tels que Chablais Parc, la place de l'Hôtel de Ville, la place du Jumelage, le parc Eugène Maitre et prochainement sur la place Libération.

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI)

Annemasse Agglo élabore un RLPI. Il fixera des règles pour la publicité et les enseignes sur l'ensemble des communes du territoire. Tous les documents du projet sont accessibles en Mairie avec un registre de concertation pour laisser vos remarques et sur www.annemasse-agglo.fr (Menu/actions projets/Aménager la ville).

rlpi@annemasse-agglo.fr



VOTRE QUESTION :

L'application Clic Annemasse est-elle vraiment utile ?

f JACQUES T.



LA RÉPONSE DE L'ÉLU :

Mathieu Bilavarn,
Conseiller municipal en charge de la communication.

Clic Annemasse a été lancée en 2015 et c'était alors une première en Haute-Savoie. Elle a été téléchargée près de 2700 fois. C'est une mine d'informations sur les services municipaux, vos démarches administratives, les animations et les actualités de la ville, etc.

L'une des fonctionnalités les plus intéressantes est la possibilité de signaler très facilement une anomalie rencontrée sur l'espace public. L'application est de plus en plus utilisée, preuve de son utilité, et le nombre de signalements va croissant. Nous en avons reçu une centaine par mois en 2019 ! Les thèmes les plus récurrents concernent la propreté, les dépôts abusifs d'encombrants, l'état des chaussées et des trottoirs. Des soucis de mobilier urbain, de signalisation, de graffitis, d'espaces verts ou encore de chantiers sont aussi signalés. Vous pouvez également faire part de vos suggestions ou exprimer des félicitations !

Ces signalements spontanés constituent une aide précieuse pour nos équipes car les citoyens sont les premiers confrontés à ces désagréments. Outre Clic Annemasse, vous pouvez contacter les services techniques par téléphone au 04 50 95 07 07, par courriel centralisation.demandes@annemasse.fr ou via l'espace citoyen du site internet annemasse.fr

Posez-nous vos questions

🗨 rencontre ✉ courrier @ mail 📘 facebook

Révision du Schéma de Cohérence Territoriale

Les travaux de révision du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) se sont poursuivis tout au long de l'année avec une implication particulière des élus des 12 communes de l'Agglo mais aussi, dans le cadre d'ateliers citoyens où chacun a pu s'exprimer sur l'avenir du territoire.

Le SCoT devrait être arrêté, par l'Agglo, au début 2020 pour une mise en application en 2021, avec, par la suite, une nécessaire mise en compatibilité des documents d'urbanisme des communes, les plans locaux d'urbanisme. L'un des volets majeurs du projet de SCoT porte sur la maîtrise de la croissance urbaine et démographique via une modération de la consommation foncière. Ainsi, à l'échelle de l'Agglo, des objectifs de croissance démographique annuelle sont envisagés, pour la période 2021-2032, en fonction des caractéristiques des communes :

- pour la « ville agglomérée » (Annemasse, Ambilly, Gaillard, Vétraz-Monthoux et Ville-la-Grand) : + 1% par an ;
- pour les « bourgs » (Etrembières, Cranves-Sales, Saint-Cergues et Bonne) : + 1,5 % par an ;
- pour les « villages » (Juvigny, Lucinges et Machilly) : + 1,2% par an.

Cette maîtrise de la croissance démographique ne pourra se faire que par une optimisation de la consommation foncière (privilégier le renouvellement urbain et contenir l'extension urbaine) et une implantation privilégiée des nouveaux logements dans les centralités (le chef-lieu, la Bergue et les secteurs situés à proximité des transports en commun en site propre) et, par conséquent, d'une limitation de la construction en zone diffuse (notamment le coteau).

Outre cet aspect majeur, le projet de SCoT intègre, également, des volets relatifs :

- au développement économique et au commerce ;
- aux équipements publics structurants ou de proximité ;
- aux grands projets d'aménagement du territoire ;
- à la transition énergétique et à la lutte contre le changement climatique ;
- à la mobilité durable et multimodale.

Plus d'informations ou contribuer à la réflexion ?

- Au siège de l'Agglo en venant consulter les documents progressivement élaborés et en laissant des observations dans le registre ;
- Sur le site Internet de l'Agglo (www.annemasse-agglo.fr) en consultant les documents relatifs à la procédure de révision du SCoT ;
- Par courrier électronique à scot@annemasse-agglo.fr

Annemasse Agglo : un nouveau règlement commun pour la publicité

Un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est en cours d'élaboration par Annemasse Agglo. Il sera ensuite adopté et mis en œuvre individuellement dans chacune des communes de l'agglomération.

Cranves-Sales n'ayant pas de réglementation au niveau local, c'est aujourd'hui le règlement national de publicité (code de l'environnement) qui s'applique et seules les déclarations autorisant l'affichage publicitaire sont gérées par les services de l'Etat (pouvoir de police du Préfet).

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est aujourd'hui en phase de conception à l'échelle intercommunale, en collaboration avec les communes pour assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération. Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération et

les déclarations pour la publicité mais aussi pour les enseignes seront autorisées par les maires.

Le règlement local de publicité permet à la collectivité qui le met en œuvre de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique (affichage publicitaire scellé au sol ou sur les bâtiments...), mais aussi des enseignes (inscription apposée sur un bâtiment ou scellée au sol et relative à une activité qui s'y exerce) et des pré-enseignes (inscription indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité ; ex. « Boucherie à 50 m »).

Qu'est-ce qui va changer ?

L'enjeu de la mise en œuvre du RLPI est de préserver le cadre de vie et les paysages, en portant un soin particulier à la préservation des espaces verts et/ou naturels et plus généralement du patrimoine architectural et paysager par la limitation du développement de la publicité et des enseignes, tout en assurant un équilibre avec la liberté de communication.

Le RLPI, un projet soumis à concertation du public

La phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLPI et permet ainsi à tous les acteurs concernés mais aussi aux habitants de s'exprimer.

La validation du document par les élus d'Annemasse Agglo est prévue pour février prochain ; l'année 2020 sera consacrée à la consultation officielle des partenaires et des habitants dans le cadre d'une enquête publique qui sera



Contrat de Territoire Espaces Naturels Sensibles

Lors de sa séance du 28 octobre 2019, le Conseil municipal a validé l'adhésion de la commune à un Contrat de Territoire Espaces Naturels Sensibles (CTENS).

Il s'agit d'un contrat entre différentes entités : Annemasse Agglo et ses 12 communes membres, le département de la Haute-Savoie, la République et canton de Genève, le Syndicat Mixte d'Aménagement de l'Arve et de ses Affluents (SM3A), Thonon Agglomération, la Fédération des Chasseurs, Faune Genève, le Vallon de l'Hermance.

Le contrat a pour objectif de définir des engagements et un programme pluriannuel (5 ans) d'actions en faveur des espaces naturels sensibles existants au sein des différentes collectivités signataires.

Parmi les objectifs affichés, l'on peut citer :

- la préservation des réservoirs de biodiversité (habitats patrimoniaux, zones humides) ;
- la protection et l'amélioration des corridors écologiques et la lutte contre la pollution lumineuse ;
- la lutte contre les espèces exotiques envahissantes ;
- la préservation de la ressource en eau ;
- la sensibilisation du public aux thèmes précédents.

Le contrat est piloté par Annemasse Agglo pour assurer une cohérence dans les actions au sein du territoire.



Renouée du Japon

A Cranves-Sales, les actions engagées par la commune vont porter sur :

- l'établissement d'un plan de gestion du bois de Rosses, en partenariat avec Annemasse et Vétraz-Monthoux, pour valoriser cet espace naturel situé au cœur de l'agglomération auprès du public tout en protégeant la faune et la flore locale ;
- la mise à jour du plan de gestion de la Tourbière de Lossy (zone humide et espace naturel remarquable). C'est l'occasion de prolonger les différentes actions débutées en 2012 lors d'un premier contrat et d'étudier le projet de crapauduc entre le coteau des Voirons et la tourbière ;
- l'amélioration des connaissances du corridor écologique situé entre le Bois de Rosses et la rivière de la Menoge via la route de Taninges. Il s'agit de déterminer précisément quelles sont les espèces animales qui fréquentent ce corridor urbain et contraint ;
- la gestion différenciée des espaces publics pour offrir un habitat adapté aux insectes, amphibiens, oiseaux et à la petite faune. Cette gestion différenciée consiste, par exemple, à une fauche en fin d'été, à l'enherbement naturel des espaces minéraux non fréquentés. Ces pratiques sont parfois mal comprises par le public qui y voit un manque d'entretien de la part de la commune alors qu'il s'agit de redonner de la place à la nature en ville ;
- la sensibilisation des agents communaux des espaces verts à la lutte contre la propagation des espèces exotiques envahissantes (renoué du japon, ambroisie, berce du Caucase, solidage, chenille processionnaire).

La commune va engager une enveloppe de 31 198 euros TTC pour l'ensemble de ces actions (hors construction du crapauduc).

105
VILLE LA-GRAND
MAG
LE JOURNAL DES VILLAMAGNAINS



Douceur et nature dans la ville...



WWW.VILLE-LA-GRAND.FR - JANVIER - FÉVRIER 2020 - N°105



ÉDITO

Sécurisation du passage à niveau PN49

Cette fin d'année aura été riche en événements autour de la mobilité.

Le Léman Express et le tram sont maintenant en service. Il appartient à chacun de nous de modifier nos habitudes pour mieux gérer le trafic routier et diminuer l'empreinte environnementale.

Au siècle dernier, la création du réseau de voies ferrées reliant la gare d'Annemasse à Thonon, coupe la commune en deux. Le lotissement de Cornières se construit entre les rails et le Foron et un pont « neuf » permet aux habitants de se rendre au centre du village.

Plus loin, c'est le passage à niveau 49 qui assure la liaison entre la campagne et la ville.

Emprunté quotidiennement par les pendulaires et les frontaliers, il deviendra un axe structurant de circulation, les automobilistes préférant la route de Juvigny plutôt que la rue des Voirons dont les feux de signalisation ralentissent le trafic.

Situé à proximité immédiate, l'établissement scolaire du Juvénat, s'agrandit. Aujourd'hui près de 1 500 élèves traversent quotidiennement et plusieurs fois par jour ce passage à niveau. Avec l'arrivée du Léman Express, le cadencement plus important des trains augmente les risques.

En 2008, un premier projet prévoyait une voie de contournement de la route départementale D15, le long du Foron, pour rejoindre le pont Neuf, avec un passage uniquement en mode doux sous la voie ferrée.

En 2017, privilégiant la conservation d'un espace naturel et la réalisation du projet de renaturation de notre rivière entre Puplinge et Ville-la-Grand, une nouvelle étude est menée pour créer un passage souterrain pour l'ensemble des trafics : piétons, cyclistes, automobilistes et bus en même temps que la réalisation de la voie verte, parallèlement aux rails.

En 2019, le projet est techniquement réalisable. Le budget est estimé à 7 millions d'euros. La Commune rencontre les partenaires financiers : SNCF, Etat, Région, Département et Agglomération. La Région s'engage à 25% et l'Agglomération sur la partie cyclable. La Commune met à disposition le foncier mais ne peut investir seule le reliquat.

En novembre, malgré les mesures de sécurisation proposées (installation de filets sous barrières et prévention), les parents d'élèves en inquiets se mobilisent et interpellent le Président de la Région venu présenter le Léman Express.

Une visite sur site permet à Laurent Wauquiez de se rendre compte de sa dangerosité. La Région double sa subvention et alerte les acteurs de ce projet pour résoudre cette situation.

D'autres travaux sont réalisés par la SNCF pour empêcher le contournement des barrières et une rencontre a eu lieu en décembre. Le Département pourrait s'engager sur la sécurisation de la route départementale croisant la voie ferrée. Monsieur le Préfet est attentif au dossier et l'Agglomération poursuit l'étude de la voie verte et des liaisons cyclables. Le directeur du Juvénat a déjà prévu une nouvelle sortie pour ses élèves. De son côté, la Commune s'engage à une présence policière plusieurs fois par jour, en complément de celle assurée au niveau de la traversée piétonne du contournement.

Nous sommes confiants dans la concrétisation de ce projet multi-partenaires.

Nous vous souhaitons le meilleur pour 2020.

Nadine JACQUIER, Maire de Ville-la-Grand

DU CÔTÉ DE L'AGGLO

Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)

Un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est en cours d'élaboration. Le RLPI permet de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique, mais aussi des enseignes apposées sur un bâtiment ou scellées au sol et des pré-enseignes.

La mise en place d'une réglementation unique à l'échelle de l'agglomération permettra une cohérence sur l'ensemble du territoire pour ainsi préserver le cadre de vie, tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression.



Le pouvoir de police en matière d'enseignes et de publicités restera de la compétence de chaque Maire pour une mise en œuvre individuelle dans chaque commune. La phase de concertation se déroule durant toute la durée de l'élaboration du projet.

Si vous souhaitez vous exprimer :

- Envoyer à mail à rlpi@annemasse-agglo.fr
- Laisser un commentaire dans les registres disponibles à l'accueil d'Annemasse Agglo ou de la mairie.
- Ecrire par voie postale à l'adresse suivante : M. le Président, 11 avenue Emile Zola, 74100 Annemasse.

En savoir +
www.annemasse-agglo.fr

03 ZOOM SUR... LE SCHEMA DE COHERENCE TERRITORIALE



04 PÔLE ÉDUCATION 30 ANS - CONVENTION DES DROITS DE L'ENFANT



06 VIE CULTURELLE SPECTACLE : LES AVENTURES DE MIMILE



C'EST D'ACTU



COMMUNIQUÉ AUX COMMUNES

Nouveau : un règlement commun pour la publicité

Annemasse, le 18 septembre 2019

Un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est en train d'être élaboré par Annemasse Agglo. Il sera ensuite adopté et mis en œuvre individuellement dans chacune des communes de l'agglomération.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) : qu'est-ce que c'est ?

Le règlement local de publicité permet à la collectivité qui le met en œuvre de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique (affichage

publicitaire scellé au sol ou sur les bâtiments...), mais aussi des enseignes (inscription apposée sur un bâtiment ou fixée au sol et relative à une activité qui s'y exerce) et des préenseignes (inscription indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité : par exemple, « bouhans à 50 m »).

Fonctionnement actuel sur l'Agglo

Actuellement, seules les communes d'Annemasse, de Bonne, Gaillard et Ville-la-Grand ont leur propre règlement local de publicité.

Les autres communes ne disposant pas de réglementation au niveau local, c'est aujourd'hui le règlement national de publicité (code de l'environnement) qui s'applique et seules les déclarations

autorisant l'affichage publicitaire sont gérées par les services de l'Etat (pouvoir de police du Préfet).

Qu'est-ce qui va changer ?

La mise en place d'une réglementation locale au niveau intercommunal permettra ainsi de transférer ce pouvoir de police en matière d'enseignes et de publicité vers tous les maires de l'agglomération, comme c'est le cas actuellement pour les communes ayant déjà une réglementation locale, mais également d'avoir une réglementation unique à l'échelle de l'agglomération (applicable dans les 12 communes membres de la communauté d'agglomération).

Le règlement local de publicité est aujourd'hui en phase de conception à l'échelle intercommunale, en collaboration avec les communes pour

assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération. Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération et les déclarations ou demandes d'autorisation pour la publicité mais aussi pour les enseignes effectueront auprès des maires.

Objectifs de la mise en place d'un RLPI

L' enjeu de la mise en œuvre du RLPI est de préserver le cadre de vie et les paysages, en portant un soin particulier à la préservation des espaces verts et/ou naturels et plus généralement du patrimoine architectural et paysager dans le développement de la publicité et des enseignes, tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression.

Les objectifs de la mise en place du RLPI sont les suivants :

- Planifier l'implantation de la publicité et des enseignes à l'échelle intercommunale, en favorisant une harmonisation entre les réglementations existantes et en adaptant, dans certains cas, la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire, tout en veillant à préserver l'attractivité économique et commerciale, ainsi que la liberté de communication.
- Maîtriser l'implantation de la publicité sur le territoire, notamment dans les communes non couvertes actuellement par un règlement local de publicité (soit 8 communes sur 12) pour gérer les autorisations de publicité/enseigne.
- Améliorer la qualité paysagère du territoire et plus particulièrement des entrées de ville, notamment le long des grands axes de circulation qui

traversent l'agglomération et dans les zones d'activités qui les bordent.

- Intégrer les enjeux Grenelle 2 sur la réglementation nationale, loi plus restrictive en matière de format, de densité de la publicité et d'extinction nocturne.

- Anticiper les grands projets urbains et les infrastructures de transport maillant le territoire (Tram Annemasse-Genève, nouvelle gare d'Annemasse, Ecoquartier Etoule, etc.) sur le développement des enseignes et de la publicité.

- Apporter une meilleure lisibilité et une plus grande équité aux acteurs économiques concernant la réglementation applicable sur l'ensemble du territoire de l'agglomération.

Le RLPI, contenu du document

Le RLPI est composé d'un rapport présentant un état des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes sur le territoire (diagnostic), ainsi que les enjeux paysagers, des orientations générales en matière de publicité extérieure (objectifs et enjeux de la réglementation) et un règlement qui définit l'ensemble des règles (en adaptant le règlement national contenu dans le code de l'environnement au contexte local) applicables à la publicité et aux enseignes sur la totalité du territoire intercommunal.

Il contient également des annexes graphiques permettant de délimiter les zones dans lesquelles s'appliquent ces règles, en fonction des différents secteurs identifiés.

Le RLPI, un projet soumis à concertation du public

Les études ont débuté au deuxième trimestre 2019 par le diagnostic et le RLPI devrait voir le jour en 2020, après enquête publique.

La phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLPI et offre ainsi la possibilité à tous les acteurs impliqués de s'exprimer (habitants, associations, commerçants, professionnels de l'affichage, etc.).

Une série de réunion, dont une publique, sera par ailleurs organisée en fin d'année 2019 à destination de ces différents acteurs.

Toute personne souhaitant s'exprimer sur le sujet peut :

- envoyer à mail à rlpi@annemasse-agglo.fr
 - laisser un commentaire sur les registres disponibles à l'accueil de l'Hôtel d'Agglo ou dans les mairies des 12 communes de l'agglomération.
 - écrire par voie postale à l'adresse suivante :
M. le Président,
11 avenue Emile Zola,
74100 Annemasse.
- Plus d'informations : annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/amenager-la-ville/rlpi

Contact

Jean-Marc Borredon
jean-marc.borredon@annemasse-agglo.fr
+33 (0)4 58 79 53 75

Annemasse Agglo à vos côtés

www.annemasse-agglo.fr
contact@annemasse-agglo.fr +33 (0)4 50 87 83 00



Nouveau, un règlement commun pour la publicité

Un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est en train d'être élaboré par Annemasse Agglo. Il sera ensuite adapté et mis en œuvre individuellement dans chacune des communes de l'agglomération.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) : qu'est-ce que c'est ? Le règlement local de publicité permet à la collectivité qui la met en œuvre de définir des règles pour encadrer l'implantation des dispositifs publicitaires visibles depuis la voie publique (affichage publicitaire soignées au sol ou sur les bâtiments...), mais aussi des enseignes (incriptions apposées sur un bâtiment ou soignées au sol et relatives à une activité qui s'y exerce) et des préenseignes (incriptions indiquant la proximité d'un bâtiment où s'exerce une activité : ex. "Boucherie dans 50 m").

Fonctionnement actuel sur l'agglo

Actuellement, seules les communes d'Annemasse, Bonne, Gaillard et Ville-la-Panouse ont leur propre règlement local de publicité (RLP). Les autres communes n'ayant pas de règlement local, le règlement national de publicité (code de l'environnement) qui s'applique et seules les déclarations autorisant l'affichage publicitaire sont gérées par les services de l'Etat (pouvoir de police du Préfet).

Quest-ce qui va changer ?

La mise en place d'une réglementation locale au niveau intercommunal permettra ainsi de transférer ce pouvoir de police en matière d'enseignes et de publicité vers tous les maires de l'agglomération, comme c'est le cas actuellement pour les communes ayant déjà une réglementation locale mais également d'avoir une réglementation unique à l'échelle de l'agglomération (applicable dans les 12 communes membres de la communauté d'agglomération).

Le règlement local de publicité est aujourd'hui en phase de conception à l'échelle intercommunale, en collaboration avec les communes pour assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération. Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération et les déclarations pour la publicité mais aussi pour les enseignes seront autorisées par les maires.

Objectifs de la mise en place d'un RLPI

L'enjeu de la mise en œuvre du RLPI est de préserver le cadre de vie et les paysages en portant un soin particulier à la préservation des espaces verts et/ou naturels et plus généralement du patrimoine architectural et paysager dans le développement de la publicité et des enseignes, tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression.

Les objectifs de la mise en place du RLPI sont les suivants :

- planifier l'implantation de la publicité et des enseignes à l'échelle intercommunale, en favorisant une harmonisation entre les réglementations existantes et en adaptant, dans certains cas, la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire, tout en veillant à préserver l'attractivité économique et commerciale ainsi que la liberté de communication,
- maîtriser l'implantation de la publicité sur le territoire, notamment dans les communes non couvertes actuellement par un règlement local de publicité (soit 8 communes sur 12) pour gérer les autorisations de publicité enseigne,
- améliorer la qualité paysagère du territoire et plus particulièrement des entrées de ville, notamment le long des grands axes de circulation qui traversent l'agglomération et dans les zones d'activités qui les bordent,
- intégrer les enjeux "Généralie 2°" sur la réglementation nationale, plus restrictive en matière de format, de densité de la publicité et d'éclairage nocturne,
- anticiper les grands projets urbains et les infrastructures de transport structurant le territoire (Tram Annemasse-Cerève, nouvelle gare d'Annemasse, Ecoquartier Etolia...) sur le développement des enseignes et de la publicité,
- apporter une meilleure lisibilité et une plus grande équité pour les acteurs économiques concernant la réglementation applicable sur l'ensemble du territoire de l'agglomération.

Le RLPI, contenu du document

Le RLPI est composé d'un rapport de présentation présentant un état des lieux de l'affichage publicitaire et des enseignes sur le territoire (diagnostic) ainsi que les objectifs et enjeux de la réglementation, un règlement de publicité extérieure (objets et enjeux de la réglementation) et d'un règlement qui définit l'ensemble des règles (en adaptant le règlement national contenu dans le code de l'environnement au contexte local) applicables à la publicité et aux enseignes sur l'ensemble du territoire intercommunal.

Il contient également des annexes graphiques permettant de délimiter les zones dans lesquelles s'appliquent ces règles, en fonction des différents secteurs identifiés.

Le RLPI, un projet soumis à concertation du public

Les études ont débuté au deuxième trimestre 2019 par le diagnostic et le RLPI devrait voir le jour en 2020, après enquête publique.

La phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLPI et permet ainsi à tous les acteurs impliqués de s'exprimer (habitants, associations, commerçants, professionnels de l'affichage...).

L'année 2020 sera consacrée à la consultation officielle des partenaires et des habitants dans le cadre d'une enquête publique qui sera organisée en début d'été.

Tous les documents relatifs à l'élaboration du document sont accessibles sur le site internet d'Annemasse Agglo www.annemasse-agglo.fr.
Toute personne souhaitant s'exprimer sur le sujet peut :

- envoyer 3 mails à rlpi@annemasse-agglo.fr
- laisser un commentaire dans les registres disponibles à l'accueil de l'Hôtel d'Agglo ou dans les mairies des 12 communes de l'agglomération,
- écrire par voie postale à l'adresse suivante : M. le Président - 11, avenue Emile Zola, 74100 Annemasse ■

Plus d'informations :
www.annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/annemasse-la-ville/rlpi/

Contact : Jean-Marc Borredon, jean-marc.borredon@annemasse-agglo.fr

www.laradioplus.com/podcast/view/75207/31-01-20-le-magazine-d-annemasse-agglo

ACCUEIL RADIO INFOS JEUX BONS PLANS EMPLOI PODCASTS HOROSCOPE



30 Janvier 2020 Imprimer l'info Ti Taille du texte 16

Toute l'actualité de l'agglomération d'Annemasse avec Michel Cart.

Le règlement local de publicité intercommunal de l'agglomération est en cours d'instruction. Alexandre Fontaine, chef de projet au service aménagement du territoire à Annemasse-Agglomération, nous en dit plus.

00:00 02:30

Télécharger le podcast

Partager : [Facebook](#) [Twitter](#) [Email](#)

Tags : [annemasse-agglo](#) [reglement-local-de-publicite](#) [publicite-entrees-de-ville](#) [amenagement-du-territoire](#)

La Question du jour La Radio Plus

Quel votre "petite faiblesse" en matière de maibouffe ?

- Hamburger
- Tacos
- Nuggets
- Eg Mc Muffin
- Autre

Voter » Voir les résultats

Ecoutez les Webradios

Radio Plus La Radio Plus live
EN CE MOMENT : David Guetta - Dangerous

Radio Plus Noël La Radio Plus Noël by Allzic
EN CE MOMENT :

Podcast interview sur Radio Plus - le Magazine d'Annemasse Agglo (diffusée le 31/01/2020)



Vers un règlement commun pour LA PUBLICITÉ

Un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) est en train d'être élaboré par Annemasse Agglo. Il sera ensuite adopté et mis en œuvre individuellement dans chacune des communes de l'agglomération.



assurer une cohérence sur l'ensemble de l'agglomération. Avec le RLPI, la même réglementation s'appliquera dans les 12 communes de l'agglomération et les déclarations pour la publicité mais aussi pour les enseignes seront autorisées par les maires.

QU'EST-CE QUI VA CHANGER ?

Le RLPI devra prendre un soin particulier à préserver les espaces verts ou naturels et le patrimoine architectural

et paysager lors de l'implantation de la publicité et des enseignes, tout en assurant un équilibre avec la liberté de communication.

OBJECTIFS DE LA MISE EN PLACE D'UN RLPI

Les objectifs de la mise en place du RLPI sont les suivants :

- ➔ Favoriser une harmonisation entre les réglementations existantes et adapter la réglementation nationale aux caractéristiques locales du territoire, tout en veillant à préserver l'attractivité économique et commerciale ainsi que la liberté de communication.
- ➔ Maîtriser l'implantation de la publicité sur le territoire, notamment dans les communes non couvertes actuellement par un règlement local de publicité (soit 8 communes sur 12).
- ➔ Améliorer la qualité paysagère du territoire et plus particulièrement des entrées de ville, notamment le long des grands axes de circulation.
- ➔ Intégrer les enjeux Grenelle 2 sur la réglementation nationale, plus restrictive en matière de format, de densité de la publicité et d'extinction nocturne.
- ➔ Anticiper l'impact des grands projets urbains et les infrastructures de transport (Tram Annemasse-Genève, nouvelle gare d'Annemasse, Ecoquartier

Etoile, etc.) sur le développement des enseignes et de la publicité.

➔ Apporter une meilleure lisibilité et une plus grande équité pour les acteurs économiques concernant la réglementation applicable sur l'ensemble du territoire de l'agglomération.

LE RLPI, UN PROJET SOUMIS À CONCERTATION DU PUBLIC

La phase de concertation se déroule pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLPI et permet ainsi à tous les acteurs concernés mais aussi aux habitants de s'exprimer.

Les études ont débuté au deuxième trimestre 2019 par le diagnostic et par la définition des orientations générales du projet puis par l'élaboration d'un projet de règlement et de zonage, en collaboration avec l'ensemble des 12 communes du territoire.

La validation du document par les élus d'Annemasse Agglo est prévue pour février 2020.

L'année 2020 sera consacrée à la consultation officielle des partenaires et des habitants dans le cadre d'une enquête publique qui sera organisée en début d'été.

Tous les documents relatifs à l'élaboration du document sont accessibles sur le site internet d'Annemasse Agglo <https://www.annemasse-agglo.fr> (Menu : rubrique Actions et projets / Aménager la Ville / RLPI) et en consultation au siège d'Annemasse Agglo, tout au long de la procédure.

Toute personne souhaitant ainsi s'exprimer sur le sujet peut :

✉ envoyer un mail à rlpi@annemasse-agglo.fr

🏠 laisser un commentaire dans les registres disponibles à l'accueil de l'Hôtel d'Agglo ou dans les mairies des 12 communes de l'agglomération.

✉ écrire par voie postale à l'adresse suivante : M. le Président, 11 av. Emile Zola, 74100 Annemasse.

Annemasse Agglo à vos côtés

contact@annemasse-agglo.fr

04 50 87 83 00

Plus d'informations :

<https://www.annemasse-agglo.fr/actions-et-projets/amenager-la-ville/rlpi>

P50